

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Secara umum Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain dengan melakukan perencanaan sebelumnya, tujuannya untuk rekreasi atau untuk suatu kepentingan sehingga keinginannya dapat terpenuhi. Pariwisata dapat di artikan juga sebagai suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi lalu kembali ke tempat semula (Sora, 2017). Sedangkan menurut Simanjuntak, dkk (2017) pariwisata merupakan suatu bidang yang bersifat multidimensi, melibatkan dan bersinggungan dengan berbagai sektor pelaku. Secara empiris, kata wisata dan pariwisata tampak mempunyai makna yang sama, tetapi jika ditinjau lebih teliti tampak makna yang lebih luas pada kata pariwisata dibanding dengan wisata.

2.2 Pengertian Kualitas dan Pelayanan

Menurut Sunyoto (2015 : 284) mengemukakan bahwa “Kualitas adalah *degree to which a set of inherent characteristics fulfils implied or obligatory* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Perpaduan antara sifat dan karakteristik kebutuhan pelanggan.

Adapun menurut Kotler dalam Hanafi (2020) : Kemampuan untuk membahas yang tersirat dapat berpengaruh secara keseluruhan oleh sebuah produk atau pelayanan, karena yang membedakan dan menjadi ciri dan juga sifat dari sebuah produk atau pelayanan adalah kulaitas. Menurut Nuriata (2015 : 68), Palayanan merupakan sesuatu barang atau benda yang bersifat berwujud (*tangible*) atau tidak berwujud (*intangibile*) yang diberikan seseorang kepada orang lain yang memerlukan dan merasa bermanfaat atas pemberian tadi.

2.2.1 Kualitas Pelayanan Pramuwisata

Menurut Tjiptono (2014 : 268) definisi “Kualitas Pelayanan berfokus pada upaya penemuan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

“Service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does result in the ownership in anything” atau dapat diartikan bahwa pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dalam kenyataan ternyata tidak mudah untuk membedakan suatu produk sebagai barang atau jasa secara tepat karena adanya saling melengkapi diantara keduanya. (Kotler dan Keller (2012 :356)

Terdapat perbedaan karakteristik jasa pelayanan pemanduan wisata dengan pelayanan lainnya. Pelayanan pemandu wisata dalam pelaksanaan perjalanan wisata merupakan jasa utama yang harus disertai kehadiran benda, seperti hotel, transportasi, dengan tambahan jasa minor lainnya.

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan Pramuwisata

Teori yang digunakan yaitu teori kualitas pelayanan pemandu wisata menurut Huang et. al (2010 : 5) yaitu sebagai berikut :

1. *Professional Competence*

Adalah kemampuan professional pemandu dalam memberikan atau menyampaikan larangan agar lebih diperhatikan dan diikuti oleh wisatawan

2. *Interpersonal Skills*

Adalah kemampuan pribadi atau individu pemandu dengan orang lain, selain dari senyuman dan wajah yang selalu ceria yang diberikan oleh pemandu kepada wisatawan, yaitu seperti bersikap Apresiatif, perhatian, komunikasi dan menghibur.

3. *Organization Skills*

Adalah kemampuan untuk berorganisasi agar dapat menggunakan waktu energi, sumber daya, dan lain-lain dengan cara yang efektif sehingga kita dapat mencapai hal-hal yang ingin dicapai.

4. *Emphaty*

Adalah kemampuan untuk bisa mengerti atau memahami apa yang orang lain rasakan secara emosional.

5. *Problem Solving*

Adalah kemampuan memecahkan masalah yang timbul sehingga mendapatkan keputusan atau solusi yang efektif.

2.3 Pemandu Wisata

Pemandu wisata adalah orang yang pertama kali dijumpai oleh wisatawan dalam rangka mewujudkan harapan dan impian atas tour yang telah dibayarkan. Ketika hadir di suatu lokasi wisata, para wisatawan pada umumnya belum memahami secara utuh tentang destinasi wisata yang mereka kunjungi tersebut. Hal inilah yang menjadi tugas pemandu wisata untuk menemani, mengarahkan membimbing, menyarankan wisatawan di tengah-tengah ketidakpahaman itu.

Menurut Sampelan (2015 : 7) pramuwisata adalah seseorang yang memiliki kesenangan *travelling*, memiliki minat pada masalah kebudayaan tradisional Indonesia, memiliki kesenangan bergaul dengan orang asing memiliki keterampilan bahasa asing yang bagus paling tidak satu, memiliki kesehatan fisik dan mental yang prima, memiliki niat untuk memberi pelayanan yang prima kepada wisatawan, memiliki selera humor, memiliki pengetahuan yang luas dalam hal sosial, budaya, bisnis, politik dan lain-lain.

2.3.1 Kode Etik Pramuwisata

Kode etik Pramuwisata Indonesia ditetapkan melalui Keputusan Masyawarah Nasional 1 Himpunan Pramuwisata Indonesia dengan Keputusan Nomor 07/MUNAS.1/X/1988, meliputi hal-hal sebagai berikut (Andrianto, 2014 : 35):

1. Pramuwisata harus mampu menciptakan kesan penilaian yang baik atas daerah, negara bangsa, dan kebudayaan.
2. Pramuwisata dalam menjalankan tugasnya harus mampu menguasai diri, senang, segar, rapi, bersih, serta berpenampilan yang simpatik (menghindari bau badan, perhiasan, dan parfum yang berlebihan)
3. Pramuwisata harus mampu menciptakan suasana gembira dan sopan menurut kepribadian Indonesia.
4. Pramuwisata harus mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang sama kepada wisatawan dengan tidak meminta tip, tidak menjajakan barang, dan tidak meminta komisi
5. Pramuwisata mampu memahami latar belakang asal usul wisatawan serta mengupayakan untuk meyakinkan wisatawan agar mematuhi hukum, peraturan, adat kebiasaan yang berlaku dan ikut melestarikan objek
6. Pramuwisata mampu menghindari timbulnya pembicaraan serta pendapat yang mengundang perdebatan mengenai kepercayaan, adat istiadat, agama, ras, dan sistem politik sosial negara asal wisatawan

7. Pramuwisata berusaha memberikan keterangan yang baik dan benar. Apabila ada hal-hal yang belum dapat dijelaskan maka pramuwisata harus berusaha mencari keterangan mengenai hal tersebut dan selanjutnya menyampaikan kepada wisatawan dalam kesempatan berikutnya.
8. Pramuwisata tidak dibenarkan mencemarkan nama baik perusahaan, teman seprofesi dan unsur-unsur pariwisata lainnya.
9. Pramuwisata tidak dibenarkan untuk menceritakan pribadinya yang bertujuan untuk menimbulkan rasa belas kasih dari wisatawan
10. Pramuwisata saat perpisahan mampu memberikan kesan yang baik agar wisatawan ingin berkunjung kembali

2.3.2 Fungsi Pemandu Wisata

Profesi pemandu wisata harus memenuhi kriteria (Nuriata, 2015:31-32):

1. Mempunyai pengetahuan yang luas mengenai pariwisata yang berkaitan dengan pemanduan.
2. Menghargai dan bertanggung jawab atas pekerjaan dari profesi pemanduan wisata.

Untuk memenuhi kriteria profesi tersebut, perlu diketahui fungsi dan tugas pemandu wisata. Pramuwisata bertindak sebagai :

- *Geography pathfinder*, penunjuk jalan secara geografi yang berkaitan dengan pelayanan wisata
- Mentor, memberi pengarahan dalam sebuah perjalanan wisata
- Katalisator, diartikan kehadiran pemandu wisata dapat mempercepat dan memutuskan pencapaian tujuan perjalanan wisata
- Mediator, pemandu wisata menjadi perantara wisatawan dengan perusahaan pariwisata lainnya, yang berkaitan dengan perjalanan wisata.

Fungsi pemandu wisata dalam sebuah perjalanan wisata secara umum dapat disimpulkan pada tiga tindakan pekerjaan yang dapat digerakan oleh pramuwisata :

- Memberi informasi mengenai segala hal yang menyangkut perjalanan wisata
- Mengarahkan perjalanan wisata sesuai dengan itinerary dengan segala fasilitas perjalanan yang dipersiapkan.
- Memutuskan tindakan, setelah memperhatikan mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan, diputuskan untuk memulai perjalanan wisata bersama wisatawan

2.4 Wisatawan

2.4.1 Pengertian Wisatawan

Definisi Wisatawan mancanegara menurut *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) dalam BPS (2020) adalah orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamnya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan. Definisi ini mencakup dua kategori tamu mancanegara, yaitu :

1. Wisatawan (*tourist*)

Adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal paling sedikit dua puluh empat jam, akan tidak lebih dari dua belas bulan di tempat yang dikunjungi dengan maksud kunjungan antara lain : berlibur, rekreasi, olahraga, bisnis, mengunjungi teman, keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, dan keagamaan.

2. Pelancong (*excursionist*)

Adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal kunjungan dari dua puluh empat jam di tempat yang dikunjungi (termasuk *cruise passenger* yaitu setiap pengunjung yang tiba di suatu negara dengan kapal atau kereta api, dimana mereka tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut).

2.4.2 Klasifikasi Wisatawan

Klasifikasi wisatawan yang patut diketahui dan bisa dikembangkan lebih spesifik sesuai kondisi lapangan dikemukakan oleh seorang Antropolog barat Valene Smith dalam Andrianto (2014) yaitu :

1. *Explorer* lebih menjelajahi dan observasi suatu destinasi lebih detail dan jelas. Melakukan perjalanan sendiri-sendiri (grup kecil) berbaur dengan populasi lokal dan menakomodasikan kehidupannya sesuai dengan populasi tersebut.
2. *Elite Travelers*, bisa menghabiskan banyak uang untuk mengalami semua pengalaman yang tidak bisa mereka jumpai. Seperti *explorer* mereka relatif grup kecil, tidak terlalu ingin di *ekspose*, bedanya mereka membutuhkan kenyamanan tinggi
3. *Off beat tourist*, grup yang sangat kecil bahkan nyaris sendirian, menghindari keramaian dan mengunjungi tempat-tempat khusus yang membutuhkan tantangan dan menjauhi wisatawan lainnya. Tidak terlalu bermasalah dengan populasi lokal.

4. *Unusual tourist*, berharap banyak dengan fasilitas, tetapi melalui *tour* banyak ingin merasakan perjalanan yang tidak biasanya seperti *adventure* ke daerah-daerah *primitive*
5. *Incipient mass tourist*, jenis wisatawan yang megarah ke bisnis dan bersenang-senang, membutuhkan fasilitas modern
6. *Mass tourist, group* besar dari kalangan menengah yang mengunjungi tempat-tempat *fovorite* dimana-mana dan membutuhkan fasilitas modern
7. *Charter tourist*, Membutuhkan standarisasi pelayanan, menjadi group besar dimana-mana, dapat dimanfaatkan secara komersial karena semua perjalanannya harus diatur dan berpengaruh besar terhadap populasi lokal baik positif dan negatifnya. Dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasannya operator harus menyiapkan makanan, bahkan spanduk atau papan nama dengan sedikit interaksi dengan orang-orang lain disekitarnya.

2.5 Museum

Menurut *International council of museums* (ICOM) (dalam Nabihah, 2017) Museum adalah institusi permanen, nirlaba, melayani kebutuhan publik, dengan sifat terbuka, dengan cara melakukan usaha pengoleksian, mengkonservasi, meriset, mengomunikasikan, dan memamerkan benda nyata kepada masyarakat untuk kebutuhan studi, pendidikan, dan kesenangan. Karena itu ia bisa menjadi bahan studi oleh kalangan akademis, dokumentasi kekhasan masyarakat tertentu, ataupun dokumentasi dan pemikiran imajinatif pada masa depan. Sejak tahun 1977, setiap tanggal 18 Mei diperingati sebagai Hari Museum Internasional.

2.6 Keputusan Berkunjung

Menurut Kotler dan Keller (2012 : 227) adalah Proses Keputusan Pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan, masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Keputusan untuk berkunjung timbul karena adanya tindakan atau hasil dari serangkaian akritis yang dapat dideskripsikan proses kunjungan. Woodside dan Martin dalam Tambunan (2016 : 19) berpendapat bahwa keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

1. Faktor penarik adalah faktor dari luar berasal dari destinasi yang dapat menarik seseorang untuk memilih destinasi tersebut (Crompton dalam Kozak dan Decrop, 2009:17). Faktor penarik adalah keinginan melakukan perjalanan, pencarian informasi, dan penilaian alternatif perjalanan yang dilakukan. Faktor penarik timbul akibat adanya variabel

eksternal dan aspek pertimbangan destinasi. Variabel eksternal dan aspek pertimbangan destinasi yang merupakan informasi juga mempengaruhi keinginan seseorang dalam melakukan perjalanan.

2. Faktor Pendorong adalah faktor dari dalam yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan (Crompton dalam Kozak dan Decrop, 2009:17). Faktor pendorong adalah motivasi, kebutuhan dan keinginan, serta ekspektasi. Faktor pendorong timbul akibat adanya stimuli perjalanan serta faktor sosial dan personal perilaku wisatawan

2.7 Penelitian Terdahulu

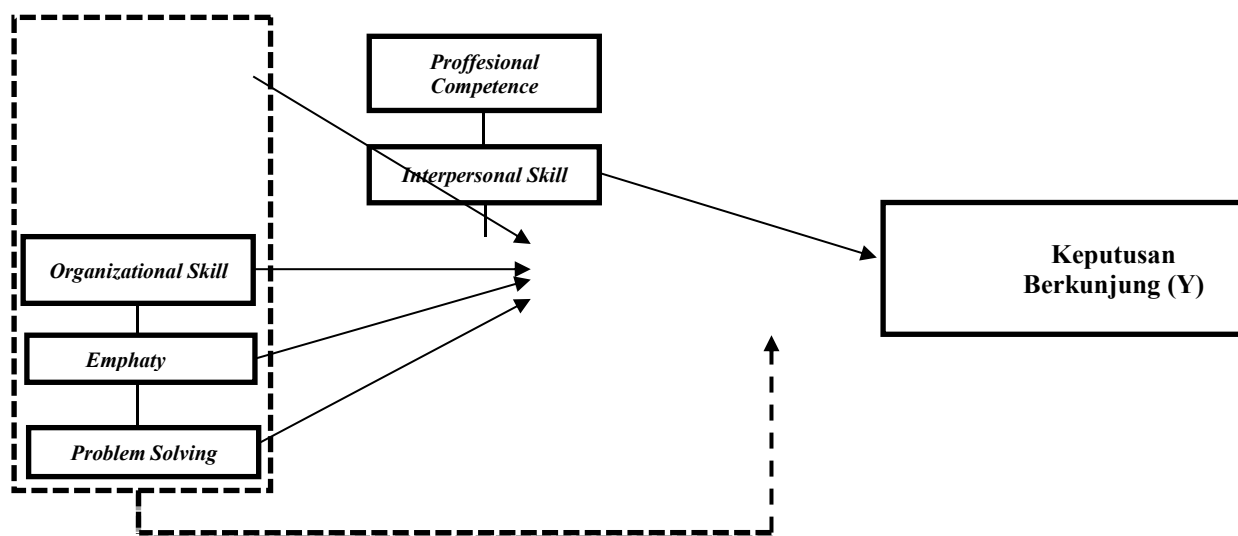
Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi studi literatur juga dilakukan untuk mempelajari dan memperoleh informasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan judul skripsi yaitu tentang Peranan Pemandu Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. Berikut tabel penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Penulis	Metode Penelitian	Hasil Pencapaian
1.	Pengaruh Pelayanan Pramuwisata Lokal Terhadap Citra Daya Tarik Wisata Besakih	I Putu Ery D, I Made Kusuma Negara, I Putu Sudana	Kuantitatif dan Kualitatif	Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sedang antara kualitas pelayanan pramuwisata lokal terhadap citra daya tarik wisata besakih, disarankan kepada pengelola untuk melakukan perbaikan pada sikap pramuwisata lokal terhadap keluhan yang disampaikan wisatawan sehingga bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.
2.	Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Di Saung Angklung Udjo	Muhammad Irfan Hanafi	Kuantitatif	Hasil penelitian yang didapatkan yaitu; 1) terdapat kekurangan dari segi professional competence yakni ketidaktegasannya dalam penyampaian peraturan; 2) responden menyatakan setuju dari segi interpersonal skills pemandu mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti; 3) Responden sangat setuju bahwa organizational skills yang dimiliki oleh pemandu

				menjadi nilai terbaik di dalam penelitian ini; 4) Emphaty yang dimiliki oleh pemandu harus ditingkatkan lagi terutama dalam hal berinisiatif membantu wisatawan; 5) segi problem solving yang dinilai oleh wisatawan merupakan salah satu nilai terbaik yang didapatkan oleh pemandu Saung Angklung Udjo.
3.	Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Samudera Baru	Fajar Ramadhan	Kuantitatif	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan kuat terhadap keputusan berkunjung

2.8 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan :

- : Pengaruh secara persial
 - - - - - : Pengaruh secara simultan

Dari bagan di atas menggambarkan variabel bebas yang terdiri dari *Profesional Performance* (X1), *Interpersonal Skills* (X2), *Organizational Skills* (X3), *Emphaty* (X4), *Solving Problem* (X5) akan mempengaruhi

variabel terikat yaitu Keputusan Berkunjung (Y) baik secara parsial maupun simultan.

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 Terdapat hubungan yang positif secara parsial antara *Professional Competence* pemandu wisata dengan keputusan berkunjung atau tidak memiliki hubungan positif antara *Professional Competence* Pemandu Wisata dengan Keputusan Berkunjung
- H2 Terdapat hubungan yang positif secara parsial antara *Interpersonal Skill* pemandu wisata dengan keputusan berkunjung atau tidak memiliki hubungan positif antara *Interpersonal Skill* Pemandu Wisata dengan Keputusan Berkunjung
- H3 Terdapat hubungan yang positif secara parsial antara *Organization Skill* pemandu wisata dengan keputusan berkunjung atau tidak memiliki hubungan positif antara *Organization Skill* Pemandu Wisata dengan Keputusan Berkunjung
- H4 Terdapat hubungan yang positif secara parsial antara *Emphaty* pemandu wisata dengan keputusan berkunjung atau tidak memiliki hubungan positif *Emphaty* Pemandu Wisata dengan Keputusan Berkunjung
- H5 Terdapat hubungan yang positif secara parsial antar *Problem Solving* pemandu wisata dengan keputusan berkunjung atau tidak memiliki hubungan positif antara *Problem Solving* Pemandu Wisata dengan Keputusan Berkunjung
- H6 Terdapat hubungan yang positif secara simultan antara Kualitas Pelayanan Pemadu Wisata dengan Keputusan Berkunjung atau Tidak ada hubungan positif secara simultan Kualitas Pelayanan Pramuwisata dengan Keputusan berkunjung