

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pariwisata**

##### **2.1.1 Definisi Pariwisata**

Hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Suwanto dalam Kurniawan, 2015).

Menurut Middleton, Fyall dan Morgan dalam Yusendra, Vol 5, No 2 (2015) mendefinisikan pariwisata sebagai semua kegiatan dengan perjalanan dalam jangka waktu pendek menuju ke destinasi/lokasi diluar area tempat mereka tinggal, hidup, bekerja dan menjalani aktivitas sehari-hari. Senada dengan Middleton dan Clarke, Hunziker dan Krapf dalam Yusendra, Vol 5, No 2 (2015), mendefinisikan kepariwisataan adalah keseluruhan gejala (fenomena) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia diluar tempat tinggalnya dengan maksud bukan untuk tinggal menetap ditempat yang disinggahi dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah.

Penjelasan yang lebih lengkap diberikan oleh Golder dan Ritchie dalam Yusendra, Vol 5, No 2 (2015), dimana pariwisata merupakan kegiatan dari orang-orang yang mengunjungi tempat tertentu untuk jalan-jalan, mengunjungi teman dan kerabat, mengambil liburan, dan bersenang-senang. Orang-orang tersebut mungkin menghabiskan waktu luang mereka terlibat

dalam berbagai olahraga, berjemur, silaturahmi, bernyanyi, mengambil perjalanan, tur, membaca, atau hanya menikmati lingkungan.

### **2.1.2 Definisi Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Pengembangan pariwisata adalah agar lebih banyak wisatawan datang pada suatu kawasan wisata, lebih lama tinggal, dan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat wisata yang mereka kunjungi sehingga dapat menambah devisa untuk negara bagi wisatawan asing, dan menambah pendapatan asli daerah untuk wisatawan lokal.

Disamping itu juga bertujuan untuk memperkenalkan dan memelihara kebudayaan di kawasan pariwisata tersebut. Sehingga, keuntungan dan manfaatnya juga bisa dirasakan oleh penduduk sekitar khususnya.

Pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan (Sobari dalam Anindita, 2015), yaitu :

1. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan proteksi terhadap sumberdaya alam yang menjadi daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut.

3. Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif.
4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Dengan demikian, pengembangan pariwisata (yang berkelanjutan) perlu didukung dengan perencanaan yang matang dan harus mencerminkan tiga dimensi kepentingan, yaitu industri pariwisata, daya dukung lingkungan (sumber daya alam), dan masyarakat setempat dengan sasaran untuk peningkatan kualitas hidup.

#### **2.1.4 Definisi Industri Pendukung Pariwisata**

##### **1. Sarana Kepariwisataan**

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung dan kehidupannya tergantung kepada kedatangan wisatawannya. Sarana kepariwisataan ini harus tetap dijagadan ditingkatkan baik dari segi kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan perkembangan kebutuhan wisatawan. Untuk mendukung pencapaian yang lebih baik perlu adanya kemampuan pengelolaan yang memadai sesuai dengan kondisi objek dan kebutuhan pengunjung. Ada 3 (tiga) bagian yang penting dalam sarana kepariwisataan, antara lain :

##### **A. Sarana Pokok Kepariwisataan (Main Tourism Suprastruktur)**

Yang dimaksud dengan sarana kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan

orang yang melakukan perjalanan wisata, yang termasuk di dalamnya adalah:

- Travel Agent
- Tour Operator
- Perusahaan Transportasi
- Restoran, Bar, objek dan atraksi wisata.

❖ Sarana Pelengkap Kepariwisata (Supplementing Tourism Suprastruktur)

Adalah perusahaan yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat agar para wisatawan dapat lebih lama tinggal, di tempat atau daerah yang dikunjunginya. Yang termasuk dikelompok ini adalah:

- Lapangan tenis
- Lapangan golf
- Lapangan bola kaki, kolam renang, bilyard, dan lain-sebagainya.

❖ Sarana Penunjang Kepariwisata (Supporting Tourism Suprastruktur)

Adalah perusahaan yang menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap yakni fasilitas-fasilitas yang diperlukan wisatawan khususnya tourism business yang berfungsi untuk membuat para wisatawan lebih lama tinggal di daerah yang dikunjungi agar lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya

di daerah tersebut. Yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah:

- Night Club
- Casino

## **2. Prasarana Kepariwisata**

Prasarana (infrastruktur) kepariwisataan sesungguhnya merupakan “tourist supply” yang perlu dipersiapkan atau disediakan bila akan mengembangkan industri pariwisata, karena kegiatan pariwisata pada hakekatnya tidak lain adalah salah satu kegiatan dari sektor

perekonomian juga. Yang dimaksud prasarana (infrastruktur) adalah “semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa sehingga dapat memudahkan manusia memenuhi kebutuhannya”. Jadi fungsi dari prasarana adalah untuk melengkapi sarana kepariwisataan sehingga dapat memberikan pelayanan sebagai mana mestinya. Dalam buku yang berjudul Pengantar Ilmu Pariwisata (dalam Yoeti). Adapun beberapa prasarana yang dapat menunjang pelayanan dan kemudahan bagi wisatawan, meliputi:

- Pelayanan makan dan minum, yang dapat menyajikan makanan dan minuman yang khas setempat.
- Pelayanan tenaga kerja, yang sangat dominan sekali dibutuhkan karena salah satu kunci keberhasilan pembangunan objek wisata adalah kemampuan para tenaga kerja untuk mengelola dengan baik suatu kawasan objek wisata.
- Pelayanan informasi, agar dapat mengatur pengunjung yang datang ke objek wisata Untuk menghindari hal-hal yang dapat merusak unsur objek wisata yang dikunjungi, maupun yang dapat

mengganggu ketenangan pengunjung itu sendiri mengingat arus kunjungan yang datang cenderung akan lebih meningkat.

## **2.2 Pemasaran Pariwisata**

Pemasaran Jasa Pariwisata Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Organisasi Pariwisata dunia United Nation World Tourism Organization (UN-WTO) yang didukung oleh Koen Meyers (2009) Pariwisata ialah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya.

Sementara itu Bitner, Goldner, at.al (2009) menjelaskan bahawa pariwisata merupakan gabungan dari berbagai aktivitas, jasa-jasa dan industri yang menawarkan pengalaman perjalanan bagi seseorang berupa jasa transportasi, akomodasi, fasilitas makanan dan minum, pertokoan, jasa hiburan serta hospitality lainnya yang disediakan untuk individu atau kelompok yang berpergian berada jauh dari tempat tinggalnya.

Menurut Lovelock; Kotler and Keller; Zeithmal, Binter, Greler (2009) yang menyatakan bahwa produk pariwisata bersifat tak berwujud, terkait dengan pengalaman, dikonsumsi secara bersamaan dengan waktu produksi, dan tidak mengakibatkan terjadinya pemindahan kepemilikan (ownership) secara fisik dari produsen kepada konsumen. UU No. 10 Tahun 2009 pasal 14 Tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa usaha pariwisata terdiri dari; daya tarik wisata; kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata; jasa perjalanan wisata; jasa makanan dan minuman; penyediaan akomodasi; penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan

pameran; jasa informasi pariwisata; jasa konsultan pariwisata; jasa pramuwisata; wisata tirta; dan spa.

## **2.3 Daya Tarik Wisata**

### **2.3.1 Pengertian Daya tarik wisata**

Menurut Yoeti dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2016, p.142) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Sedangkan Menurut Pedit dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2016, p.142) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat, pada dasarnya daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yakni daya tarik wisata alamiah dan daya tarik wisata buatan.

Menurut I Gusti Bagus Rai Utama (2016, p.142) Daya tarik wisata adalah segala sesuatu di suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan.

### **2.3.2 Syarat Daya Tarik Wisata**

Menurut Maryani dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2016, p.144) terdapat syarat yang dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik pada tujuan wisata yaitu :

1. Daya tarik yang dapat dilihat Hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat berupa pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata.

2. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan Hal ini mengisyaratkan bahwa ditempat wisata, menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga harus disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama ditempat tujuan wisata.
3. Sesuatu yang dapat dibeli Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata semestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk belanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.
4. Alat Transportasi Hal ini menjelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju.
5. Penginapan Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang akan berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sejenisnya.

### **2.3.3 Indikator - Indikator Daya Tarik**

Menurut Midelton dalam Basiya R dan Hasan Abdul Rozak (2012), daya tarik wisata terdiri dari :

#### **1. Daya Tarik Wisata Alam**

Daya tarik wisata alam yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim, dan ciri khas lainnya dari tempat tujuan wisata.

#### **2. Daya Tarik Wisata Bangunan**

Daya tarik wisata bangunan meliputi bangunan-bangunan dengan arsitektur modern, arsitektur bersejarah, monument, taman dan kebun, convention center, arkeologi, toko-toko khusus, dan lainnya.



### 3. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya adalah yang meliputi history dan folklore, religion and art, teater, musik, tari-tarian dan peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah.

### 4. Daya Tarik Wisata Sosial

Daya tarik wisata sosial adalah seperti gaya hidup, bahasa penduduk ditempat tujuan wisata,serta kegiatan sehari-hari.

## **2.4 Keputusan Berkunjung**

### **2.4.1 Pengertian Keputusan Berkunjung**

Keputusan berkunjung konsumen ke suatu objek wisata pada dasarnya eratnya kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Adanya kecenderungan pengaruh industri kepariwisataan terhadap daya tarik dan keputusan berkunjung yang dilakukan oleh konsumen tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan berkunjung.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi Keterjangkauan harga, pencarian Atribut yang dicari wisatawan, Kenyamanan saat berlibur dan jangkauan jarak yang di tempuh wisatawan.

### 2.4.2 Indikator - Indikator Keputusan Berkunjung

Indikator-indikator dari Keputusan berkunjung antara lain:

1. Keterjangkauan Harga
2. Atribut rekreasi yang dicari wisatawan
3. Kenyamanan saat berlibur
4. Jangkauan Jarak yang ditempuh wisatawan

## 2.5 Kajian Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian terdahulu**

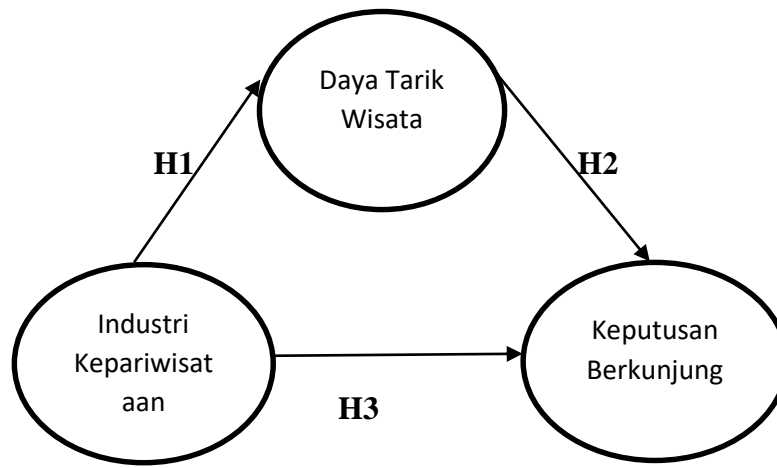
No	Peneliti	Judul	Model analisis & alat analisis	Hasil
1	Sri Hermawati dan Yusye Milawaty (2016)	Potensi Industri Pariwisata kabupaten Banyumas	Metode deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian Industri pariwisata Kabupaten Banyumas masih bertumpu pada wisata alam. Beberapa obyek wisata yang ada sangat membutuhkan perhatian pemerintah daerah karena kondisi yang tidak terawat sehingga menurunkan minat pengunjung. Berbagai obyek wisata budaya yang khas masih dapat dikembangkan karena memiliki ciri tersendiri yang menyerap pengaruh dua budaya yang berbeda. Perpaduan wisata alam dan wisata budaya dapat

				meningkatkan potensi ekonomi masyarakat.
2.	Ida Bagoe Mantra, ParuieMad eKutanegara (2013)	Dampak Industri pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya di ubud bali.	Metode deskriptif komparatif	<p>1. Berdasarkan hasil penelitian Perubahan yang sangat mendasar tampak pada kehidupan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat. Lapangan kerja yang berkaitan dengan pariwisata tersedia dalam jumlah cukup banyak.</p> <p>2. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ini sangat ditentukan oleh keahlian dan kualitasnya masing-masing. Masyarakat dapat bekerja baik sebagai seniman tari, lukis, pahat, maupun bergerak dalam kegiatan yang bersifat jasa bagi wisatawan.</p>
3	Sulastri, Rapini, Naning Kristiyana (2015)	Analisis pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung ulang pengunjung yang berkunjung di mojosemi forest park kabupaten magetan dengan Kepuasan	Metode Kualitatif Analsis Linier berganda	Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa adanya pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung ulang pengunjung di mojosemi forest park di magetan yang akan melakukan kunjungan kembali dan bersifat positif.

		pengunjung sebagai variabel intervening		
4	Intan Juwita dan Oda I. B. Hariyanto (2016)	Pengaruh Daya tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Berkunjung	Regrsi Linier Sederhana	Berdasarkan hasil penelitian semakin baik kualitas daya tarik wisata yang belum ada di museum perundingan Linggarjati maka akan semakin tinggi pula Keputusan Berkunjung Wisatawan yang datang berkunjung ke museum.
5	Basiya R dan Hasan Abdul Rozak (2012)	Kualitas Daya Tarik, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Macanegara Di Jawa Tengah	Analisis Jalur (Path Analysis)	Hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan wisatawan mancanegara berkunjung di destinasi wisata jawa tengah dipengaruhi oleh kualitas daya tarik wisata alam, daya tarik wisata bangunan, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata sosial.

## 2.6 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendiskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.



**Gambar 2.1**

## 2.7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari sebuah penelitian. Berdasarkan latar belakang, permasalahan, dan kerangka pikir tersebut maka dapat diambil hipotesis. Sugiyono (2014, p.64) bahwa: Diduga ada pengaruh signifikan antara Industri Kepariwisataaan terhadap Daya tarik wisata dan Keputusan berkunjung ke destinasi wisata Provinsi Lampung.

### 2.7.1 Hubungan antara Industri Kepariwisataaan dengan Daya Tarik Wisata

Berdasarkan hasil penelitian bahwa di jelaskan Menurut Berdasarkan Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Dengan adanya Attactions (daya tarik), dapat digolongkan menjadi Site Attractions dan Event Attractions. site attractions merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat tempat wisata yang ada didaerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton dan museum. Sedangkan event attractions adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau berpindah dengan mudah seperti

festival festival, pameran, ata pertunjukan pertunjukan kesenian daerah. Facilities, fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik disuatu lokasi Karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya selama tinggal ditempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan, dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan support industries yaitu toko souvenir, toko cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan rekreasi (untuk kegiatan). Maka dengan ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis :

H<sub>1</sub> : industri kepariwisataan berpengaruh positif terhadap Daya Tarik Wisata.

### **2.7.2 Hubungan antara Daya Tarik Wisata dengan Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil penelitian, Daya tarik wisata dikategorikan baik. Hal ini sesuai menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan”.

Hal ini perlu dipertahankan serta ditingkatkan lagi sehingga selanjutnya daya tarik wisata beserta seluruh indikatornya masuk dalam kategori yang lebih 10 tinggi yaitu kategori sangat baik dan bisa meningkatkan karakteristik wisatawan dan jumlah kunjungan wisata provinsi lampung. Maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis :

H<sub>2</sub> : Daya Tarik Wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

### **2.7.3 Hubungan antara Industri Kepariwisata dengan Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui industri Kepariwisata yang fasilitas dan keamanan yang baik dapat membuat wisatawan berkunjung ke objek wisata Provinsi Lampung. Hal ini sesuai dengan Keputusan berkunjung konsumen ke suatu objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Adanya kecenderungan pengaruh fasilitas harga, dan promosi terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh konsumen tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan berkunjung provinsi Lampung. Maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis

H<sub>3</sub> : Industri Kepariwisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.