

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Yoeti dalam Putri (2020), pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan untuk bersantai, berlibur, atau kepentingan lain di luar pekerjaan atau bisnis biasa. Pariwisata adalah sejenis perjalanan yang juga bertujuan untuk memberikan kenikmatan dan memuaskan rasa ingin tahu (Gamal, 2004: 3).

Pariwisata, menurut UU No. 9 Tahun 1990, terdiri dari berbagai macam unsur, seperti perjalanan, penginapan, makanan dan minuman, taman hiburan, kegiatan, dan pelayanan lain yang ditawarkan kepada pengunjung selama mereka berada di luar rumah.

2.1.1 Jenis- Jenis Pariwisata

a. **Pariwisata untuk kesenangan (Pleasure Tourism)**

Salah satu alasan untuk berpergian adalah untuk belajar hal-hal baru, menghargai keajaiban alam, menemukan ketenangan dan kedamaian, dan menikmati kesenangan dan keramaian di tempat wisata.

b. **Perjalanan rekreasi (Recreation Tourism)**

Orang yang memanfaatkan hari liburnya untuk bersantai untuk memperbaiki kelelahan dan kepenatan dengan tujuan memperoleh kesenangan yang hakiki melakukan pariwisata ini.

c. **Pariwisata yang bersifat budaya.**

Ada banyak alasan mengapa seseorang melakukan perjalanan wisata, termasuk keinginan untuk mengalami budaya lokal, melihat situs bersejarah, dan menghadiri festival musik, teater, dan tarian rakyat.

2.2 Produk Wisata

Produk wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk dilihat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan. (Yoeti dalam Paramita, 2019).

Produk wisata yang dibuat oleh bisnis yang menyediakan layanan langsung kepada wisatawan ketika mereka bepergian disebut sebagai produk wisata karena berfungsi sebagai panduan bagi pengunjung ke lokasi wisata (Yoeti dalam Paramita, 2019). Dengan berfokus pada elemen dan layanan yang higienis dan sanitasi, komunitas ini juga mempromosikan kegiatan wisata melalui penjualan barang-barang khusus buatan lokal (Yoeti dalam Budiman et al., 2017).

2.2.1 Indikator Produk Wisata

Indikator produk wisata terdiri dari beberapa dimensi (Yoeti dalam Budiman et al., 2017) yaitu:

1. Atraksi wisata

Atraksi wisata adalah daya tarik yang membuat pengunjung merasa puas, nyaman, dan menikmati apa yang mereka lihat dan lakukan, contohnya dapat berupa :

a. Atraksi wisata alam

terutama sumber daya alam yang, baik dalam kondisi alamiahnya yang belum diubah maupun setelah domestikasi, dapat menarik minat pengunjung.

b. Atraksi wisata buatan

Mencakup arsitektur bersejarah dan kontemporer, taman, dan kebun dalam cakupan struktur dan infrastruktur wisata..

c. Atraksi wisata budaya

Kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata yang memanfaatkan artefak dan atraksi budaya, seperti artefak bersejarah, ritual adat, seni pertunjukan, dan kerajinan tangan.

2. Fasilitas Wisata

Selain untuk memenuhi kebutuhan pengunjung lokasi wisata, fasilitas wisata juga melayani kebutuhan wisatawan yang tinggal di tempat tujuan wisata dalam jangka waktu yang lama. Fasilitas-fasilitas ini dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut:

- a. Fasilitas pendukung adalah fasilitas yang tersedia untuk mengakomodasi kebutuhan pengunjung ketika mereka mengunjungi tempat wisata. Contohnya seperti meja informasi, pemandu wisata, toilet, tempat parkir, dan masjid.
- b. Fasilitas utama adalah fasilitas yang paling dibutuhkan dan dirasakan oleh pengunjung tempat wisata, seperti kebersihan, kenyamanan, dan daya tarik.
- c. Fasilitas pendukung, seperti pilihan hotel, tempat makan, dan tempat ritel, merupakan pelengkap dari fasilitas utama dan membantu pengunjung merasa seperti di rumah sendiri.

3. Aksesibilitas Wisata

Aksesibilitas wisata merupakan salah satu faktor utama yang memudahkan pengunjung saat datang ke tempat objek wisata.

4. Citra Destinasi (Image)

Citra destinasi adalah gambaran destinasi wisata yang mempengaruhi minat pengunjung untuk berkunjung.

5. Harga

Harga merupakan biaya yang dimiliki pengunjung dengan fasilitas yang ditawarkan

2.2.2 Ciri- Ciri Produk Wisata

Dalam hal ini terdapat ciri-ciri produk wisata (Yoeti dalam Mufidah, 2018) yaitu :

1. Produk atau hasil tidak dapat diubah
2. Konsumsi dan produksi terjadi di tempat dan waktu yang sama, dan tanpa konsumsi, produksi tidak akan terjadi.

3. Standar pelayanan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan digunakan sebagai pengganti persyaratan ukuran fisik dalam pembuatan wisata.
4. Pelanggan tidak dapat mencoba, memeriksa, dan menguji barang terlebih dahulu.
5. Pekerjaan manusia diperlukan untuk menghasilkan hasil atau produk wisata.

2.3 Objek dan Daya Tarik Wisata

Bepergian sementara untuk tujuan menikmati objek wisata dikenal sebagai pariwisata (Asriandy, 2016). Menurut UU No 10 Tahun 2009, Seseorang atau sekelompok orang yang pergi ke tempat tujuan tertentu dengan tujuan sementara untuk mempelajari keunikan tempat wisata, pertumbuhan pribadi, atau menikmati keindahan yang terlibat dalam pariwisata.

Selain itu, atraksi wisata digambarkan sebagai "sebuah tempat yang menarik dan patut dikunjungi" (Hermawan, 2017). Menurut Yoeti (2008), secara umum ada lima kategori atraksi wisata:

1. Pemandangan yang harus dilihat

Sebuah daerah harus memiliki "hiburan", yang mencakup budaya yang berbeda dan atraksi khusus yang membedakannya dari daerah lain, seperti bangunan bersejarah, keindahan alam yang tak tertandingi, dan seni atau budaya lokal.

2. Tindakan yang harus dilakukan

kegiatan wisata atau serangkaian kegiatan yang dilakukan di tempat tujuan wisata, seperti menunggang gajah, berkano, membeli makanan khas setempat, dll.

3. Barang yang akan dibeli

Sebuah tempat wisata harus memiliki toko-toko di mana pengunjung dapat membeli barang-barang seperti kerajinan tangan dan souvenir.

Kehadiran atraksi wisata di suatu lokasi sangat penting untuk pengembangan pariwisata karena mempengaruhi kepuasan pengunjung, yang menjadikannya salah satu variabel terpenting dalam desain tujuan wisata. (Hermawan, 2017).

2.4 Minat Berkunjung Wisatawan

Minat berkunjung merupakan keinginan untuk mengunjungi suatu tempat yang menarik, dan mereka akan mendapatkan dorongan untuk melakukannya, indikator sebagai berikut (Suharyono dalam Nurbaeti, 2020):

1. Keingintahuan pengunjung, yaitu tingkat ketertarikan yang tinggi pada lokasi atau keadaan yang ingin Anda kunjungi.
2. Ketertarikan pengunjung, yaitu keadaan sekitar atau lingkungannya yang dapat menarik perhatian.
3. Kenyamanan pengunjung, yaitu keadaan lingkungan sosial yang ramah dan kondusif.
4. Kepuasan pengunjung, yaitu tersedianya kebutuhan yang memadai atas keinginan pengunjung.

2.4.1 Wisatawan

World Tourism Organization (WTO) dan IUOTO mendefinisikan seseorang yang pergi ke negara selain tempat tinggalnya untuk tujuan utama selain berpartisipasi dalam kegiatan yang menguntungkan didefinisikan sebagai pengunjung.

Menurut Undang-Undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, wisatawan didefinisikan sebagai orang yang melakukan kegiatan wisata. Untuk merasakan daya tarik tempat wisata, pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan singkat.. Wisatawan dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Wisatawan asing atau mancanegara

Secara khusus, wisatawan yang merupakan warga negara asing yang pergi ke negara lain yang bukan negara mereka sendiri.

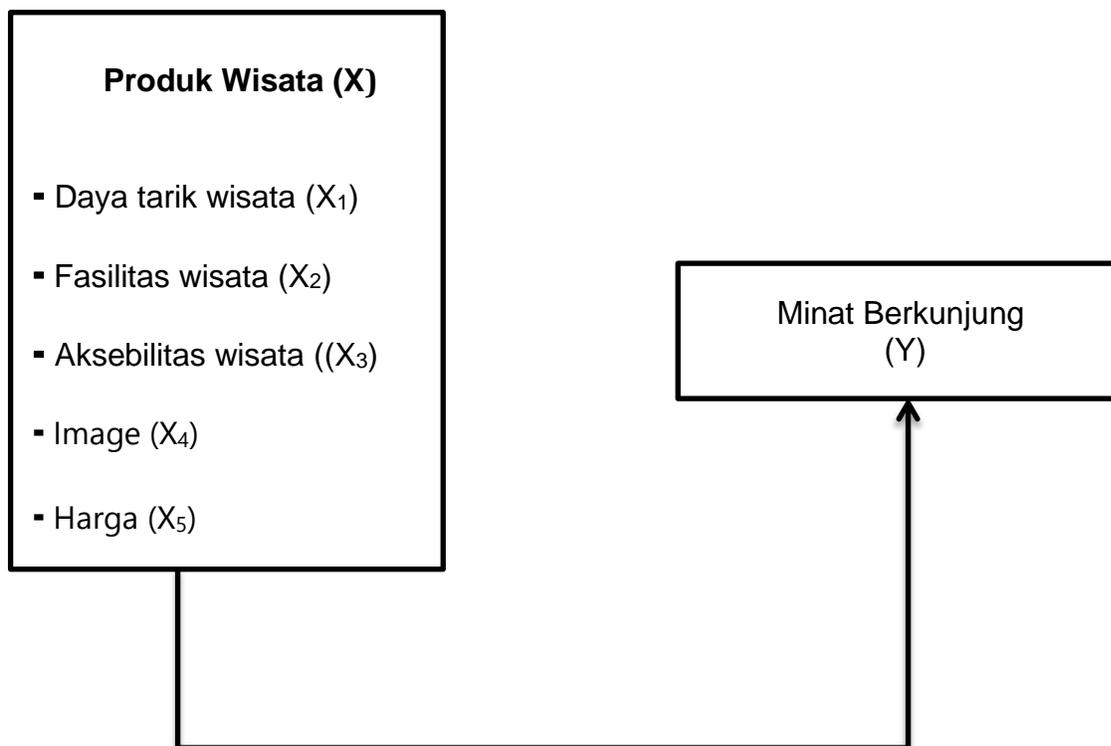
- b. Wisatawan lokal atau domestik

Secara khusus, pengunjung internasional yang berada di suatu negara dan melakukan perjalanan di negaranya termasuk dalam definisi wisatawan, adalah:

1. Mereka yang melakukan perjalanan liburan
2. Mereka yang melakukan perjalanan untuk alasan selain bisnis
3. Mereka yang melakukan perjalanan untuk menyelesaikan tujuan atau maksud tertentu
4. Pengunjung yang tinggal selama sekitar 24 jam

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan representasi konseptual dari hipotesis yang berhubungan satu sama lain dan dengan elemen-elemen yang diakui sebagai masalah yang signifikan. Didasarkan pada latar belakang dan rumusan pertanyaan penelitian sebelumnya, dasar pemikiran penelitian ini adalah apakah ada pengaruh produk wisata terhadap minat berkunjung wisatawan.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Jurnal Nasional	
1.	Nama Peneliti	Salfianti (2021)
	Judul Penelitian	“Pengaruh produk wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Gembira Loka Zoo”
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi Kebun Binatang Gembira Loka
	Metode	Metode penelitian kuantitatif
	Hasil Penelitian	Minat wisatawan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh item-item pariwisata. Hal ini menyiratkan bahwa seiring dengan meningkatnya penawaran wisata di Kebun Binatang Gembira Loka, minat pengunjung untuk datang juga akan meningkat.
2.	Nama Peneliti	Zul Haeri, dkk (2019)
	Judul Penelitian	Pengaruh produk wisata Lombok terhadap minat berkunjung wisatawan.
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bermaksud untuk menyelidiki bagaimana barang-barang yang berhubungan dengan pariwisata mempengaruhi minat wisatawan untuk melakukan perjalanan ke Lombok.
	Metode	Metode penelitian kuantitatif
	Hasil Penelitian	Para peneliti menyimpulkan bahwa meskipun wisatawan merasa puas dengan wisata halal yang ditawarkan di Lombok, masih ada beberapa kebutuhan yang belum terpenuhi. Misalnya, pengalaman wisatawan di Lombok tidak terlalu berkesan. Hal tersebut disebabkan karena banyak pedagang kaki lima yang melakukan penjualan langsung kepada pengunjung, yang membuat mereka merasa tidak nyaman. Masalah lainnya adalah para wisatawan, terutama yang berasal dari luar, merasa canggung saat penduduk lokal mengajak mereka untuk berswafoto.

2.7 Hipotesis

Peneliti merumuskan hipotesis berdasarkan pemahaman dan kerangka konseptual untuk menentukan operasionalisasinya (Sugiyono, 2008: 93). Hipotesis disebut sebagai "jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian," dan Karena solusi ini semata-mata didasarkan pada ide-ide yang relevan dan bukan pada bukti yang dikumpulkan melalui pengumpulan data, maka solusi ini dikatakan bersifat sementara.

Dari pemaparan ini, peneliti mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh produk wisata terhadap minat berkunjung wisatawan pada objek wisata Air Terjun Simbilulu di Kabupaten Pakpak Bharat

H_1 = Produk wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan pada objek wisata Air Terjun Simbilulu di Kabupaten Pakpak Bharat