

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 kepariwisataan merupakan seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan sifatnya multidimensi serta multidisiplin. Menurut Damanik (2006), pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barang, dan jasa yang sangat kompleks kaitannya dengan organisasi, hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan, dan sebagainya.

Menurut Pendit (1994) jenis pariwisata dibedakan menjadi:

- a. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang bertujuan untuk memperluas pengetahuan melalui kunjungan ke daerah lain, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan, dan kesenian.
- b. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan yang bertujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan demi kepentingan beristirahat dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata olahraga, yaitu perjalanan yang bertujuan untuk berolahraga.

- d. Wisata komersial, yaitu perjalanan yang bertujuan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial.
- e. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dengan tujuan untuk mengadakan penelitian.
- f. Wisata Bahari, yaitu wisata yang berhubungan dengan perairan seperti danau, pantai atau laut.
- g. Wisata Cagar Alam, yaitu perjalanan yang bertujuan untuk mengunjungi cagar alam, taman lindung, hutan daerah, dan pegunungan yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- h. Wisata bulan madu, yaitu perjalanan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

2. Pengertian Wisatawan

Menurut Gde (2009) pengertian wisatawan dapat dijelaskan dalam konsep *heuristic* dan definisi teknikal. Secara konsep *heuristic*, wisatawan adalah seseorang yang melaksanakan perjalanan jauh dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dalam kurun waktu minimum tetapi sifatnya sementara, dilakukan dalam waktu senggang, dan melibatkan hubungan emosional antara pelaku dengan karakteristik tempat yang dikunjungi. Sedangkan definisi teknikal menyebutkan wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan lebih dari 40km, tidak melebihi tiga bulan, dan masih berada di lingkup negaranya sendiri.

Menurut Muljadi (2014), wisatawan yang sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan suka rela dan sifatnya sementara hanya untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Smith (2009) mengklasifikasikan wisatawan menjadi tujuh golongan, yaitu:

- a. *Explorer*, yakni wisatawan yang mencari perjalanan baru.
- b. *Elite*, yakni wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal.
- c. *Off-beat*, yakni wisatawan yang mencari atraksi sendiri.
- d. *Unusual*, yakni wisatawan yang dalam perjalanannya mengambil aktivitas tambahan lainnya.
- e. *Incipient mass*, yakni wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan wisata yang memberikan fasilitas yang sama namun menawarkan keasrian.
- f. *Mass*, yakni wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan wisata yang sama dengan daerahnya.
- g. *Charter*, yakni wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk bersenang-senang dan fasilitas yang ditawarkan hampir sama dengan lingkungan asal.

Menurut Karyono (1997), wisatawan dapat dibedakan menjadi enam berdasarkan sifat perjalanannya, yang meliputi:

- a. Wisatawan asing, yakni penduduk asing yang melakukan perjalanan wisata di negara lain.
- b. *Domestic Foreign Touris*, yakni penduduk asing yang bertempat tinggal di suatu negara karena tugas dan melakukan perjalanan wisata.
- c. Wisatawan Nusantara, yakni penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri.
- d. *Indigenous Foreign Touris*, yakni penduduk suatu negara yang tugas diluar negeri dan kembali ke negara asal untuk perjalanan wisata.
- e. *Transit Tourist*, yakni wisatawan yang melakukan perjalanan ke suatu negara yang hanya singgah pada suatu pelabuhan/airport/stasiun.
- f. *Business Tourist*, yakni penduduk yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis.

3. Komponen Pariwisata

Menurut Sunaryo (2013) komponen yang sangat penting dalam pengembangan destinasi pariwisata (*tourism product designing*) meliputi:

- a. Atraksi dan Daya Tarik Wisata

Atraksi dan daya tarik diklasifikasikan menjadi tiga, yang meliputi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata minat khusus. Secara singkat dapat dijelaskan:

- 1) Daya tarik wisata alam, yakni daya tarik wisata yang banyak dikembangkan berbasis ciptaan Tuhan YME dan keunikan di dalamnya, meliputi pantai, danau, hutan, sungai, dan air terjun.
- 2) Daya tarik wisata budaya, yakni daya tarik yang banyak dikembangkan berbasis pada hasil karya dan cipta manusia berupa peninggalan budaya (*situs/heritage*) serta nilai budaya yang masih dikembangkan.
- 3) Daya tarik wisata minat khusus, yakni daya tarik wisata yang dikembangkan berbasis pada aktivitas berdasarkan keinginan wisatawan secara khusus.

b. Amenitas atau Akomodasi

Amenitas dan akomodasi merupakan fasilitas dan kelengkapannya yang menunjang wisatawan dalam melakukan perjalanan ke suatu destinasi wisata.

c. Aksesibilitas dan Transportasi

Aksesibilitas dan fasilitas transportasi meliputi mata transportasi darat, laut, dan udara yang semuanya berfungsi sebagai sarana dan fasilitas pendukung bagi pergerakan wisatawan.

4. Sapta Pesona Pariwisata

Menurut Aslan (2012) saptapesona merupakan unsur pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata di Indonesia yang terdiri dari:

a. Aman (Keamanan)

Unsur aman bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang aman bagi wisatawan dan berlangsungnya kegiatan kepariwisataan. Aman dapat diaplikasikan dalam hal tidak mengganggu wisatawan, menolong dan melindungi wisatawan, bersahabat terhadap wisatawan, memelihara keamanan lingkungan, membantu memberi informasi kepada wisatawan, menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular, dan meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

b. Tertib (Ketertiban)

Unsur tertib bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang tertib bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan pelayanan penuh. Tertib dapat diaplikasikan dalam hal mewujudkan mentaati peraturan yang berlaku, disiplin/tepat waktu, serba teratur, rapi dan lancar, dan sesuai sisi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat menunjukkan keteraturan yang tinggi.

c. Bersih (Kebersihan)

Unsur bersih bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang bersih bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan dan mampu memberikan layanan higienis bagi wisatawan. Bersih dapat diaplikasikan dalam hal tidak membuang sampah/limbah

sembarangan, turut menjaga kebersihan sarana dan lingkungan daya tarik wisata.

d. Sejuk (kesejukan)

Unsur sejuk bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang nyaman bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan dan mampu menawarkan suasana yang nyaman dan rasa ”betah” bagi wisatawan. Sejuk dapat diaplikasikan dalam hal melaksanakan penghijauan di sepanjang serta jalur wisata, menjaga kondisi sejuk dalam ruangan umum, hotel, penginapan, restoran, alat transportasi dan tempat lainnya.

e. Indah (Keindahan)

Unsur Indah bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang indah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan dan mampu menawarkan suasana yang menarik dan menumbuhkan kesan yang mendalam bagi wisatawan, sehingga mendorong promosi ke kalangan/pasar yang lebih luas dan potensi kunjungan ulang.

f. Ramah (Keramah-tamahan)

Unsur ramah bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang ramah dan mampu menawarkan suasana yang akrab dan bersahabat sehingga mendorong minat kunjungan ulang serta promosi yang positif bagi prospek pasar yang lebih luas. Ramah dapat

diaplikasikan dalam hal bersikap sebagai tuan rumah yang baik dan rela membantu wisatawan, memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan, para petugas bisa menampilkan sikap dan perilaku yang terpuji, menampilkan senyum dan keramah-tamahan yang tulus.

g. Kenangan

Unsur kenangan bertujuan untuk menciptakan memori yang berkesan bagi wisatawan dan menumbuhkan motivasi untuk berkunjung ulang. Kenangan dapat diaplikasikan dalam hal menggali dan mengangkat keunikan budaya lokal, menyajikan makanan dan minuman khas lokal yang bersih, sehat dan menarik, menyediakan cenderamata yang menarik, unik/khas serta mudah dibawa.

5. Konsep Willingness To Pay (WTP)

Willingness To Pay (WTP) atau kesediaan membayar merupakan kesediaan konsumen untuk membayar kondisi suatu sumberdaya guna usaha perbaikan (Sabri, 2016). Menurut Mankiw (2006), WTP merupakan harga tertinggi yang mampu dibayarkan oleh pembeli untuk menghargai dan mendapatkan manfaat barang dan atau jasa. Menurut Tarmin *et al.*, (1999), faktor yang memengaruhi WTP meliputi:

a. Presepsi penggunaan terhadap kualitas

Semakin baik kualitas yang diberikan kepada pengunjung maka kesediaan pengunjung untuk membayar juga tinggi.

b. Utilitas penggunaan terhadap kualitas

Pengunjung akan memberikan nilai kesediaan membayarnya sesuai dengan jumlah tingkat pelayanan yang diberikan.

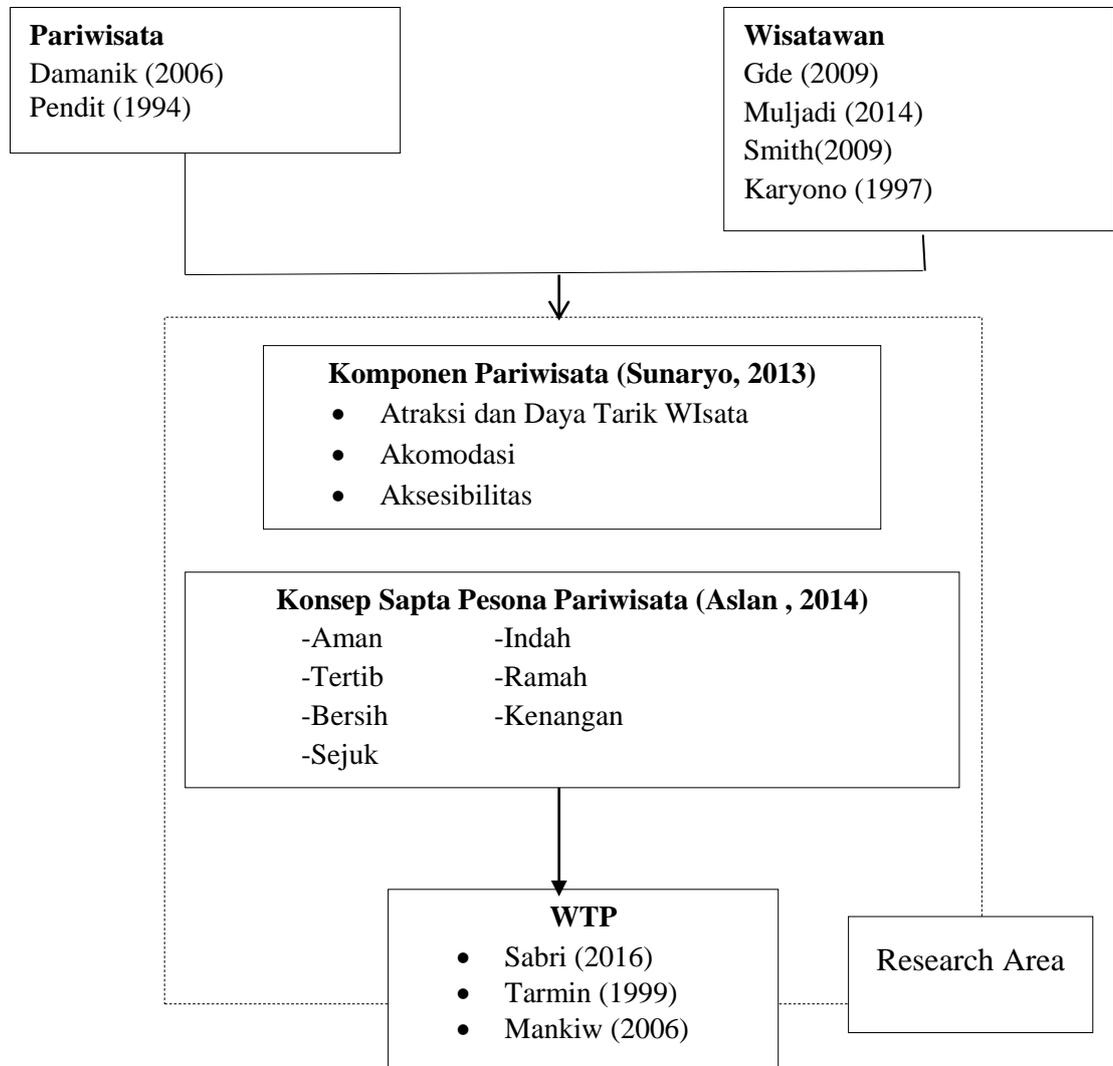
c. Fasilitas yang diberikan

Semakin lengkap dan fasilitas yang ada maka kesediaan untuk membayar pengunjung juga akan meningkat.

d. Pendapatan pengguna

Semakin tinggi pendapatan pengunjung maka kesediaan untuk membayar juga akan tinggi.

B. Kerangka Teori



Gambar 2.1
Kerangka Teoritis

C. Penelitian Terdahulu

Bilal & Ikhsan (2014) yang melakukan penelitian dengan judul “*Willingnes To Pay* untuk melindungi terumbu karang di Pulau Weh” menyimpulkan bahwa dari variabel pengunjung meliputi pendapatan dan keikutsertaan anggota organisasi memiliki hasil yang signifikan dan ada keterkaitan terhadap nilai WTP. Sedangkan variabel umur, jenis kelamin, daerah asal, dan pendidikan terakhir tidak signifikan dalam menentukan nilai WTP. Penelitian yang bertujuan untuk melihat kesediaan keinginan pengunjung dalam membayar guna melindungi terumbu karang ini menggunakan data kualitatif dengan teknik pengumpulan data *Purposive Random Sampling* dan metode *Contingent Valuation Method* dari 156 responden yang mengisi kuisioner secara langsung. Alat analisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda.

Rofiatin & Fikri (2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pola WTP Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayur Organik Dan Anorganik Masyarakat Kota Malang” menyimpulkan bahwa dari variabel yang berpengaruh signifikan terhadap nilai kesediaan konsumen untuk membayar sayur organik adalah usia , pendidikan, pendapatan, kualitas produk dan dampak kesehatan. Sedangkan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap nilai kesediaan konsumen untuk membayar sayur anorganik adalah usia, pekerjaan, pendapatan, harga, kualitas produk dan dampak kesehatan.

Astria *et al.*, (2014), melakukan penelitian yang berjudul “Studi Potensi dan Nilai Ekonomi Berdasarkan Biaya Perjalanan dan Kesiediaan Membayar di Pantai Sri Mersaing Kabupaten Serdang Bedagai” menyimpulkan bahwa dari variabel pengunjung yang meliputi daya tarik memiliki penilaian 63 persen, aksestabilitas memiliki nilai 89 persen, sarana prasarana penunjang memiliki nilai 80 persen, dan dari hasil tersebut menunjukkan wisata layak untuk dikembangkan. Sedangkan variabel alamat asal dan biaya perjalanan belum menunjukkan penilaian yang signifikan. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui besarnya nilai ekonomi, WTP, dan biaya perjalanan ini menggunakan data kualitatif yang diperoleh dari pengisian kuisioner secara *purposive random sampling*.

Noviati *et al.*, (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis WTP pada Ekowisata Taman Nasional Gunung Rinjani” menyimpulkan bahwa nilai WTP mancanegara sebesar Rp 645.560,00 dan nusantara sebesar RP 40.650,00. Nilai WTP tersebut berdasarkan variabel pengunjung yang terdiri dari usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jumlah tanggungan, dan seberapa aktifnya di organisasi. Penelitian yang bertujuan untuk menganalisa kesiediaan wisatawan untuk membayar biaya ekowisata dan mengidentifikasi faktor yang memengaruhi WTP tersebut menggunakan data kualitatif dengan pengisian kuisioner yang diperoleh dari 100 responden secara *purposive random sampling* dengan analisis data regresi dan metode CVM.

Nuva *et al.*, (2016) melakukan penelitian yang berjudul Kesiediaan untuk Membayar Konservasi Sumber Daya Ekowisata di Taman Nasional

Gunung Gede Pangrango, Jawa Barat, Indonesia, “*Willingness to Pay towards the Conservation of Ecotourism Resources at Gunung Gede Pangrango National Park, West Java, Indonesia,*” menyimpulkan bahwa variabel pendapatan jenis kelamin (pria) dan pemukiman (perkotaan) adalah faktor signifikan yang memengaruhi WTP pengunjung untuk biaya masuk ke TNGP. Besarnya nilai rata-rata WTP adalah Rp 7.629,77 per kunjungan. Diperkirakan pada tahun 2004 manfaat konservasi sumber daya ekowisata di TNGP berjumlah Rp 452 juta. Penelitian yang bertujuan dalam menentukan besarnya keinginan pengunjung untuk membayar konservasi sumber daya di Gunung Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP) dan kepuasan pengunjung terhadap penggunaan ekowisata sumber daya taman ini menggunakan metode Contingent Valuation (CVM) dengan data kualitatif yang diperoleh dari pengisian kuisioner sebanyak 423 responden.

Moyib *et al.*, (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Kesediaan Membayar pada Ekowisata di Sungai Oyan, Nigeria, “*Willingness to Pay for Ecotourism in Oyan Lake, Nigeria,*” bertujuan untuk menghitung WTP dan faktor yang memengaruhi nilai WTP tersebut. Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang diperoleh dari kuisioner yang dibagikan kepada 100 responden. Adapun variabel yang digunakan meliputi variabel sosial (usia, jenis kelamin, lama pendidikan, dan biaya yang dikeluarkan untuk wisata per bulan), variabel pengunjung (asal, jarak tempuh, tujuan, dan wisata bersama siapa), dan variabel infrastruktur (transportasi, sanitasi, dan fasilitas kesehatan). Penelitian ini menyimpulkan bahwa usia, pendidikan, jenis

kelamin, biaya yang dikeluarkan untuk wisata per bulan, dan pendapatan tidak signifikan terhadap besarnya nilai WTP.

Sabri & Amelia (2016) melakukan penelitian dengan judul “Analisis WTP dan Kebutuhan Air di Kecamatan Merawang.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya kesediaan membayar masyarakat dan mengetahui cakupan kapasitas PDAM. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah anggota keluarga, pendidikan, pekerjaan, pengeluaran rumah tangga, kualitas air PDAM, dan jumlah konsumsi air. Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas air, pendidikan, dan pengeluaran rumah tangga memiliki pengaruh terhadap besarnya nilai WTP.

Desita *et al.*, (2017), melakukan penelitian dengan judul “Analisis Nilai Willingness To Pay dan Travel Cost untuk Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan Pantai Marina dan Puri Maerokoco Menggunakan Sistem Informasi Geografis (SIG)” ini menggunakan data primer yang berupa survei lapangan dengan 70 sampel CVM dan 70 Travel Cost Method. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan perangkat lunak Maple 17. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan dengan nilai ekonomi total (TEV) Pantai Marina sebesar Rp 2.143.172.090.530,00 EV berdasarkan nilai WTP Rp 30.062,00. Nilai ekonomi total (TEV) yang diperoleh Puri Maerokoco adalah sebesar Rp 1.284.305.562.530,00 dan EV berdasarkan nilai WTP Rp 35.428,00.

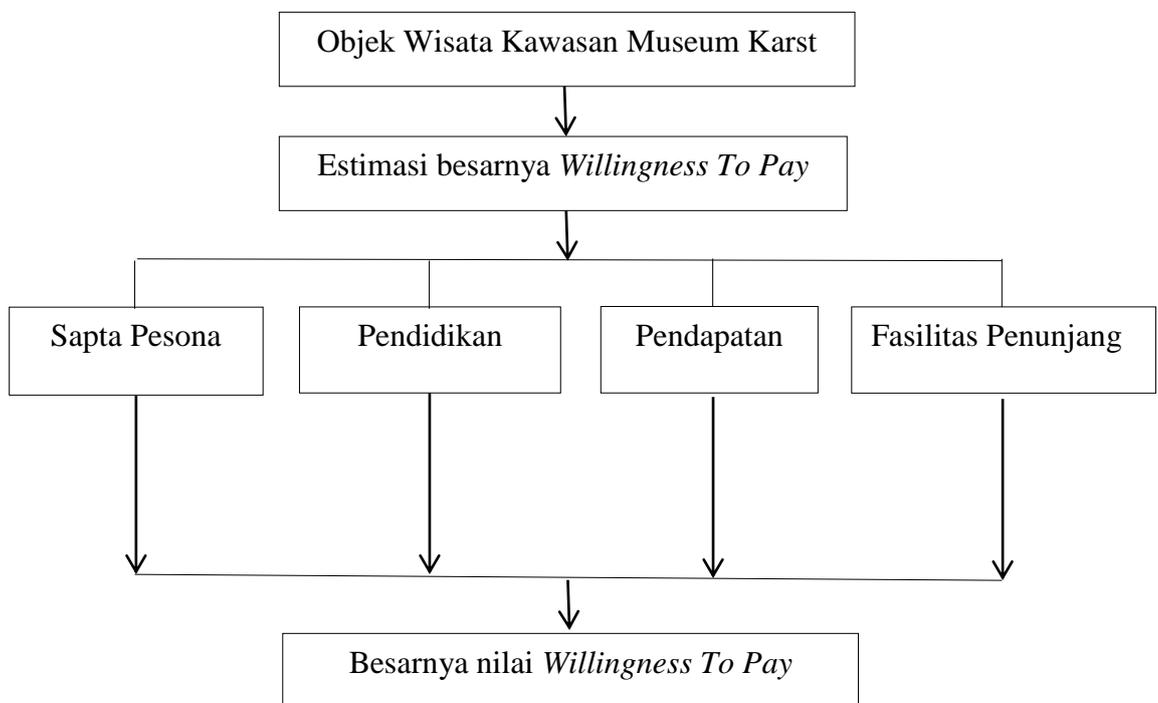
Bandara & Tisdell (2015) meneliti mengenai *Willingness To Pay For Conservation Of The Asian Elephant In Sri Lanka : A Contingent Valuation Study*. Penelitian ini menggunakan variabel independen yang meliputi usia, pendapatan, posisi dalam keluarga, kepentingan rekreasi, sikap terhadap konservasi gajah, dan sikap pilihan manajemen alternatif. Penelitian ini menggunakan 300 responden yang hasilnya menunjukkan bahwa 88,7 persen responden menjawab positif terhadap pertanyaan mengenai prinsip pembayaran, serta memberikan pandangan dan persepsi mengenai sifat sebenarnya mengenai konservasi gajah dan penggunaan alternatif gajah. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada kasus ekonomi yang kuat untuk menjamin kelangsungan hidup gajah liar di Sri Lanka.

Park & Hwasung (2018) melakukan penelitian yang berjudul *“Visitors’ Perceived Place Value and the Willingness to Pay in an Urban Lake Park*. Penelitian ini menerapkan analisis profil laten (LPA) untuk mengidentifikasi kelas laten berdasarkan nilai tempat yang dirasakan pengunjung dan untuk memperkirakan kesediaan untuk membayar (WTP). Pengunjung taman diklasifikasikan berdasarkan nilai tempat ke dalam tiga kelompok: Pencari Lokal (LS), Pencari Ekologi (ES), dan Pencari Rekreasi (RS). Untuk membandingkan WTP dari tiga kelompok dan menguji perbedaan atribut antara kelompok, penelitian ini menggunakan eksperimen pilihan (CE). Hasil dari CE menjelaskan bahwa WTP untuk atribut diberi peringkat dalam urutan infrastruktur dasar, layanan canggih, dan kegiatan ekologis. Perbedaan-perbedaan dalam WTP pengunjung di taman danau

perkotaan ini berguna untuk pengelolaan taman, seperti memberikan strategi untuk zonasi dan ekowisata yang dikhususkan menurut jenis pengunjung.

D. Kerangka Penelitian

Willingness To Pay (WTP) difokuskan pada respon pengunjung yang diperoleh secara langsung melalui wawancara di lapangan. Kerangka penelitian digunakan untuk menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Penelitian

E. Hipotesis

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan di atas hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Diduga variabel Komponen Sapta Pesona memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay (WTP)* di Objek Wisata Kawasan Museum Karst Pracimantoro.
2. Diduga variabel Pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay (WTP)* di Objek Wisata Kawasan Museum Karst Pracimantoro.
3. Diduga variabel Pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay (WTP)* di Objek Wisata Kawasan Museum Karst Pracimantoro.
4. Diduga variabel Fasilitas Penunjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay (WTP)* di Objek Wisata Kawasan Museum Karst Pracim