

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai berbagai kajian literatur serta teori-teori yang mendukung tujuan dari penelitian yang dilakukan. Tinjauan pustaka bermanfaat untuk menghasilkan petunjuk kepada peneliti untuk dapat memecahkan persoalan yang dihadapi didalam penelitian secara ilmiah. Dalam penelitian ini, literatur yang akan dikaji adalah Pengertian Pariwisata, Jenis-Jenis Pariwisata, Komponen Pengembangan Pariwisata, Pengertian Persepsi dan Perferensi serta GAP.

#### **2.1. Pengertian Pariwisata**

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, istilah pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh Masyarakat, Pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Menurut arti katanya pariwisata berasal dari bahasa sensekerta yang terdiri dari dua kata yaitu pari dan wisata. Kata pari berarti penuh, seluruh atau semua kata wisata berarti perjalanan. Kata pariwisata dapat diartikan perjalanan penuh mulai dari berangkat dari suatu tempat ke satu atau beberapa tempat lain dan singgah kemudian kembali ketempat semula. Dalam Undang-undang No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan (BAB IV pasal 4) disebutkan bahwa objek dan daya tarik wisata terdiri atas :

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora fauna.

2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia berupa museum, peninggalan sejarah, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualang alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Menurut Suwantro (2004), istilah pariwisata behubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata yaitu “sebagai sesuatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan untuk menghasilkan upah dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang

atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu”.

Menurut Yoeti (2013), istilah “pariwisata” adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

## **2.2. Jenis-Jenis Pariwisata**

Pada pengembangan pariwisata terdapat beberapa hal yang perlu ditinjau sebagai potensi yang perlu dikembangkan pada tujuan daerah wisata. Potensi ini berpengaruh dengan motivasi wisatawan yang akan menarik untuk datang berkunjung ke lokasi objek wisata tersebut. Adapun berbagai jenis pariwisata berdasarkan motif perjalanan wisata.

Menurut Pendit (2002), mengemukakan jenis-jenis pariwisata yang terbagi menjadi pariwisata budaya, kesehatan, olahraga, komersial, industri, politik, konvensi, sosial, pertanian, maritim (bahari), cagar alam, buru, pilgrim, wisata bulan madu dan wisata petualangan.

Menurut Yoeti (2002), Jenis pariwisata yaitu:

- Wisata budaya, motifasinya untuk mengetahui dan mempelajari kebudayaan tertentu.
- Wisata perjalanan, umumnya berpergian menikmati keindahan alam.
- Wisata kesehatan dan rekreasi, motifasinya mengunjungi lokasi untuk bersantai dan menikmati serta menyegarkan wisatawan akan kondisi jasmani dan rohani.
- Wisata olahraga, motifasinya untuk berolahraga seperti mendaki gunung, berburu, atau ikut serta dalam kegiatan olahraga seperti Olympiade.
- Wisata komersil untu urusan dagang, motifasinya mengunjungi pameran-pameran atau pekan raya atau festival yang bersifat komersial menyangkut kebutuhan atau profesi dari wisatawan tersebut.

- Wisata maritim, motivasinya menyaksikan keindahan laut, pantai, sungai dan danau.

## **2.3. Tinjauan Komponen/Konsep Pengembangan Pariwisata**

### **1.3.1 Potensi Daya Tarik Wisata (Tourist object)**

Menurut Spilane (1994), atraksi merupakan pusat dari industri pariwisata. Menurut pengertiannya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan wisata adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri-ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah:

- Keindahan alam.
- Iklim dan cuaca.
- Kebudayaan.
- Sejarah.
- Ethnicity atau sifat kesukuan.
- Accessibility atau kemampuan atau kemudahan berjalan atau ketempat tertentu.

Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa ada tiga jenis atraksi wisata, yaitu benda yang sudah tersedia di alam, hasil ciptaan manusia dan tata cara hidup dalam masyarakat.

Menurut Yoeti (2002) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

- a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilahnya Natural Amenities. Termasuk kelompok ini adalah:
  - Iklim contohnya curah hujan, sinar matahari, panas dan salju.
  - Bentuk tanah dan pemandangan contohnya pegunungan, perbukitan, pantai, air terjun, dan gunung berapi.
  - Hutan belukar
  - Flora dan fauna yaitu tersedia di cagar alam dan daerah perburuan.

- Pusat kesehatan misalnya: sumber air mineral, sumber air panas, dan mandi lumpur. Dimana tempat tersebut diharapkan dapat menyembuhkan berbagai penyakit.
- b. Hasil ciptaan manusia, bentuk ini dapat dibagi dalam empat produk wisata yang berkaitan dengan tiga unsur penting yaitu sejarah, budaya, dan agama.
- Monumen bersejarah dan sisa peradaban masa lampau seperti artifak dan situs
  - Museum, gedung kesenian, perpustakaan, kesenian rakyat dan kerajinan tangan
  - Acara tradisional, pameran, festival, upacara adat, upacara keagamaan.
  - Rumah-rumah ibadah, seperti mesjid, gereja, candi, kuil.

Menurut Gunawan (1990), atraksi adalah keunggulan yang dimiliki suatu daerah yang dapat digunakan untuk “menjual” daerah tersebut sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang untuk melakukan kegiatan wisata.

### **1.3.2 Aksesibilitas**

Aksesibilitas yang dimaksud yaitu frekuensi penggunaan kendaraan yang dimiliki dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta lebih meringankan biaya perjalanan.

Menurut Spilane (1994), ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang berkaitan dengan transportasi yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk berikut ini.

1. Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.
2. Sistem keamanan harus disediakan di terminal untuk mencegah kriminalitas.
3. Suatu sistem standar atau seragam untuk tanda-tanda lalu lintas dan simbol-simbol harus dikembangkan dan dipasang di semua bandar udara.

4. Sistem informasi harus menyediakan data tentang informasi pelayanan pengangkutan lain yang dapat dihubungi diterminal termasuk jadwal dan tarif.
5. Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.
6. Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.
7. Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, dan rute dan pelayanan pengangkutan lokal.
8. Peta kota harus tersedia bagi penumpang.

Menurut Yoeti (2002), aksesibilitas adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi, seperti infrastruktur seperti:

- Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, perlengkapan (ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum),
- faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan, peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

Menurut Gunawan (1990), aksesibilitas merupakan jaringan dan sarana prasarana penghubung yang menghubungkan suatu kawasan wisata dengan wilayah lain yang merupakan pintu masuk bagi para wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata.

### **1.3.3 Amenities (Fasilitas)**

Menurut Spilane (1994), fasilitas cenderung berorientasi pada attractions disuatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah attractions berkembang. Suatu attractions juga dapat merupakan fasilitas. Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan. Seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga penginapan, makanan, dan

minuman yang juga cocok dengan kemampuan membayar dari wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

Menurut Yoeti (2002) fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk tour and travel operation (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, bank, money changer, dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, informasi wisata, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (kantor polisi dan pemadam kebakaran), pos penjagaan, rambu-rambu peringatan dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

Menurut Myra P. Gunawan (1990), amenities yang merupakan kenyamanan yang didukung oleh berbagai kelengkapan sarana dan prasarana pendukung kegiatan pariwisata.

## **2.4. Sub Komponen Pariwisata**

### **2.4.1. Daya Tarik Wisata**

Menurut Yoeti (2002), sub komponen daya tarik wisata dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Objek Daya tarik wisata alam semesta, seperti :
  - Iklim yang dirasakan di Danau Sentani ialah Udara sejuk, dan bersinarnya matahari yang semakin menambah keindahan Danau tersebut.
  - Topografi dan ekologi Danau Sentani berupa dataran Sentani, perbukitan dan pegunungan yang merupakan bagian dari pegunungan Cyclops
  - Flora dan fauna yang ada di Danau Sentani ialah Jenis tumbuhan (flora) yang ada tumbuh dalam danau ataupun dipinggiran Danau Sentani antara lain : Hydrilla verticillata, pistia sratioes, eceng gondok, dan Kangkung air dll. Fauna perairan yang terdapat di Danau Sentani ialah Jenis Ikan seperti, Pristis microdon (marlemai atau latham gerkaji) merupakan salah satu jenis ikan yang dilindungi dan Jenis ikan endemik lainnya
- b. Objek daya tarik wisata hasil ciptaan manusia, seperti :
  - Monumen bersejarah dan sisa peradaban masa lampau seperti artifak dan situs

- Museum, gedung kesenian, perpustakaan, kesenian rakyat dan kerajinan tangan
- Acara tradisional, pameran, festival, upacara adat, dan upacara keagamaan.

Menurut Spilane (1994), sub komponen atraksi merupakan pusat dari industri pariwisata, seperti :

- Keindahan alam.
- Iklim dan cuaca.
- Kebudayaan.
- Sejarah.
- Ethnicity atau sifat kesukuan.
- Accessibility atau kemampuan atau kemudahan berjalan atau ketempat tertentu.

Menurut Gunawan (1990), sub komponen atraksi ialah keunggulan dari objek wisata, seperti :

- Keindahan alam atau panorama alam
- Sejarah, dan
- Kebudayaan objek wisata

#### **2.4.2. Aksesibilitas**

Menurut Yoeti (2002), sub komponen aksesibilitas adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi, seperti :

- Infrastruktur Jalan, bandara, jalur kereta api, dan pelabuhan laut,
- Angkutan yang dapat digunakan untuk penumpang maupun wisatawan dan angkutan yang khusus digunakan untuk wisatawan
- faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan dan peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

Menurut Spilane (1994), sub komponen aksesibilitas adalah mengenai pengangkutan dan fasilitas seperti :

- Informasi lengkap tentang fasilitas
- Sistem keamanan
- Sistem informasi, dan
- Informasi lengkap tentang lokasi objek wisata

Menurut Gunawan (1990), sub komponen aksesibilitas ialah :

- Jaringan dan
- Sarana prasarana penghubung yang menghubungkan suatu kawasan wisata dengan wilayah lain.

### **2.4.3. Fasilitas**

Menurut Yoeti (2002), sub komponen fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata, seperti :

- Fasilitas tersebut misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, bank, money changer, dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya.
- Informasi wisata, misalnya: fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (kantor polisi dan pemadam kebakaran).

Menurut Spilane (1994), sub komponen fasilitas ialah fasilitas pendukung seperti :

- Penginapan.
- Rumah makan, yang juga cocok dengan kemampuan membayar dari wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

Menurut Gunawan (1990), sub komponen fasilitas ialah kenyamanan yang didukung seperti :

- Sarana dan prasarana pariwisata

### **Tabel 2.1 Tinjauan Komponen/Konsep Pengembangan Pariwisata**

*Sumber: Hasil Analisis 2019*



No	Komponen	Sub Komponen	Sumber
1.	1. Daya tarik  2. Aksesibilitas  3. Fasilitas	1. Daya tarik <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alam               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iklim</li> <li>• Topografi dan ekologi</li> <li>• Flora &amp; Fauna</li> </ul> </li> <li>➤ Buatan               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monumen bersejarah</li> <li>• Museum</li> <li>• Acara tradisional</li> </ul> </li> </ul> 2. Aksesibilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infrastruktur</li> <li>• Faktor-faktor oprasional</li> </ul> 3. Fasilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Restoran dan toko</li> <li>• Fasilitas pelayanan lainnya</li> </ul>	Yoeti (2002)
2.	1. Daya tarik  2. Aksesibilitas  3. Fasilitas	1. Daya tarik <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Keindahan Alam               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iklim dan cuaca</li> <li>• Kebudayaan</li> <li>• Sejarah</li> </ul> </li> </ul> 2. Aksesibilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Informasi lengkap tentang fasilitas               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistem keamanan</li> <li>• Sistem informasi</li> </ul> </li> </ul> 3. Fasilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penginapan</li> <li>• Rumah makan</li> </ul>	Spilane (1994)
3.	1. Daya tarik  2. Aksesibilitas	1. Daya tarik <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Keindahan alam atau panorama alam</li> <li>• Sejarah, dan</li> <li>• Kebudayaan objek wisata</li> </ul> 2. Aksesibilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Jaringan dan</li> </ul>	Gunawan (1990)

	3. Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sarana prasarana pernghubung</li> </ul> 3. Fasilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sarana dan prasarrana pariwisata</li> </ul>	
--	--------------	--	--

Berdasarkan Tabel 2.1 mengenai tinjauan sub komponen/konsep pengembangan pariwisata hampir semua memiliki kesamaan antara masing-masing komponen yang perlu dikembangkan atas pariwisata maka dari itu dapat diambil komponen-komponen pariwisata yang untuk diteliti dalam penelitian ini diantaranya; Daya tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas Yang menurut Yoeti (2002).

**Tabel 2.2      Komponen Pariwisata berdasarkan Yoeti (2002) dan Kondisi Eksisting**

Komponen Pariwisata	Sub Komponen	Aspek yang dinilai	Pertanyaan
Atraksi (Daya tarik wisata)	Alam	Pemandangan Danau Sentani  Flora yang berada di objek wisata Danau Sentani  Fauna yang berada di objek wisata seperti, Jenis-jenis Ikan	1. Pemandangan Danau Sentani (Kawasan pesisir & Pantai danau)  2. Keberadaan pohon sagu dan bunga syafu di objek wisata Danau Sentani  3. Keberadaan fauna di objek wisata Danau Sentani seperti: Ikan mas, Ikan mujair, Ikan lele, dan Ikan Gabus serta keong
	Buatan	Monumen bersejarah  Kerajinan tangan masyarakat  Adanya Acara adat dan Festival Danau Sentani (FDS)	4. Adanya tempat bersejarah tulang tengkorak bekas perang dunia ke II  5. Adanya hasil kerajinan tangan lukisan di atas kulit kayu  6. Adanya Acara adat dan Festival Danau Sentani (FDS)
Aksesibilitas	Infrastruktur  Faktor-faktor operasional	Bandara yang menjadi tujuan objek wisata  Kondisi jalan menuju lokasi objek wisata  Angkutan umum dan angkutan khusus yang digunakan wisatawan ke objek wisata	7. Adanya bandara untuk akses wisatawan yang bertujuan ke objek wisata Danau Sentani  8. Kondisi jalan menuju lokasi objek wisata Danau Sentani  9. Adanya angkutan umum dan angkutan khusus yang digunakan wisatawan ke objek wisata Danau Sentani

Komponen Pariwisata	Sub Komponen	Aspek yang dinilai	Pertanyaan
		Tarif harga angkutan menuju lokasi objek wisata  Kelancaran lalu lintas menuju lokasi objek wisata	10. Tarif harga angkutan menuju lokasi objek wisata Danau Sentani  11. Kelancaran lalu lintas menuju lokasi objek wisata Danau Sentani
Fasilitas	Restoran dan toko  Fasilitas pelayanan lainnya	Keberadaan restoran, warung makan, dan toko-toko yang ada di objek wisata  Keberadaan bank yang ada di objek wisata  Keberadaan pelayanan kesehatan seperti : puskesmas, dan posyandu  Keberadaan keamanan umum seperti : Kantor Polisi Keberadaan tempat ibadah  Keberadaan Toilet umum	12. Keberadaan restoran, warung makan, dan pertokoan yang ada di objek wisata Danau Sentani  13. Keberadaan bank dan ATM yang ada di objek wisata Danau Sentani  14. Keberadaan pelayanan kesehatan yang ada di objek wisata Danau Sentani seperti Puskesmas  15. Keberadaan kantor polisi di objek wisata Danau Sentani  16. Keberadaan Gereja yang ada di objek wisata Danau Sentani  17. Keberadaan Toilet umum di objek wisata Danau Sentani

Sumber Yoeti (2002)

Komponen-komponen pariwisata yang diteliti secara observasi di objek wisata Danau Sentani ialah:

### 1. Daya tarik

Daya tarik wisata yang ada di Danau Sentani di bedakan menjadi dua yaitu:

#### 1. Objek daya tarik wisata Alam

- Iklim yang dirasakan di Danau Sentani ialah udara sejuk dan bersinarnya matahari yang semakin menambah keindahan Danau tersebut.
- Topografi dan ekologi Danau Sentani berupa dataran Sentani, perbukitan dan pegunungan yang merupakan bagian dari pegunungan Cyclops
- Flora dan fauna yang ada di Danau Sentani ialah Jenis tumbuhan (flora) yang ada tumbuh dalam danau ataupun dipinggiran Danau Sentani antara lain : *Hydrilla verticillata*, *pistia sratioes*, eceng gondok, dan Kangkung air. Fauna perairan yang terdapat di Danau Sentani ialah Jenis Ikan

seperti, *Pristis microdon* (marlemai atau latham gerkaji) merupakan salah satu jenis ikan yang dilindungi dan Jenis ikan endemik lainnya.

## 2. Objek daya tarik buatan manusia

- Acara tradisional seperti adat istiadat dari setiap masyarakat kampung yang menetap di pinggir Danau Sentani.
- Pameran produk-produk budaya dan ekonomi kreatif dari masyarakat asli yang menetap di sekitar wilayah Danau Sentani
- Festival Danau Sentani (FDS) menjadi ajang promosi kepada para wisatawan yang berkunjung ke Danau Sentani, Festival Danau Sentani ini sudah menjadi Kegiatan tahunan yang di selenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Papua yang melalui Pemerintah Kabupaten Jayapura dan Dinas Pariwisata Provinsi Papua, sehingga Festival ini dapat terselenggarakan dengan menyusung tema yang dari tahun ke tahun selalu berbeda.

## 2. Aksesibilitas

Aksesibilitas yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seseorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi.

- Akses yang menjadi penghubung objek wisata Danau Sentani ini sendiri berada di Kabupaten Jayapura yang infrastrukturnya seperti transportasi udara dan transportasi laut yaitu : Bandara udara Sentani dan pelabuhan Jayapura.
- Infrastruktur jalan darat yang menjadi penghubung antara Kota Jayapura dengan Objek Wisata Danau Sentani ini sangat memadai, karena Objek Wisata Danau Sentani ini yang lokasinya berada di Kabupaten Jayapura
- Angkutan yang akan mengantarkan para wisatawan ke objek wisata Danau Sentani sudah memadai seperti Angkutan Kota antar moda, yang rutenya mulai dari kota Jayapura sampai ke wilayah Kabupaten Jayapura.

## 3. Fasilitas

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata seperti:

- Restoran, Objek wisata Danau Sentani ini sudah memiliki beberapa restoran yang sudah memadai untuk para wisatawan yang berkunjung, yang dibangun dipinggiran Danau Sentani antara lain Christo Resto, Yougwa Restoran, dan Yoka Resto. Ketiga restoran ini menjadi restoran favorit bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara.
- Toko-toko yang menjual kerajinan tangan di Objek wisata Danau Sentani ini sudah ada, kebanyakan yang mereka jual adalah kerajinan tangan yang menjadi ciri khas desa sekitar Danau tersebut, seperti lukisan kulit kayu dengan motif khas Papua
- Bank di sekitar wilayah Objek wisata Danau tersebut pun sudah ada di beberapa lokasi kecamatan yang ada di Kabupaten Jayapura
- Fasilitas kesehatan yang ada di sekitar Objek wisata Danau Sentani sudah memadai seperti Puskesmas
- Fasilitas keamanan umum yang ada di sekitar Objek wisata Danau Sentani seperti kantor polisi yang lokasinya di Desa Asei Besar.

## **2.5. Persepsi dan Preferensi**

### **2.5.1 Persepsi**

Persepsi adalah suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain menurut Poerwanto (2004). Pengertian lain persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Persepsi merupakan pandangan, penangkapan seseorang tentang sesuatu yang dipengaruhi oleh informasi yang diterima dan interpretasinya terhadap informasi tersebut. Persepsi terhadap alternatif hiburan dan macam-macam tujuan wisata dikondisikan oleh tiga elemen penting, yaitu pengalaman pribadi, preferensi dan cerita dari orang lain menurut Wahyono (2006).

Sebelum melakukan perjalanan, wisatawan selalu mempelajari daerah atau obyek wisata yang akan menjadi tujuannya dengan mempertimbangkan berbagai

alternatif yang ada sesuai dengan kriteria wisata dan motivasi perjalanannya sehingga dapat membuat keputusan yang tepat.

Dalam upaya mengenali suatu daerah wisata atau obyek wisata yang akan dijadikan sebagai tujuan berwisata, wisatawan mempelajari informasi-informasi yang diperoleh baik melalui iklan maupun dari teman atau kerabat. Informasi tersebut akan disesuaikan dengan tujuan dan keinginan dalam berwisata, apabila hal-hal tersebut belum sesuai dengan keinginannya, maka ia akan mencari alternatif lain.

Dari hasil mempelajari informasi tersebut maka terbentuklah persepsi dari daerah wisata atau obyek wisata tersebut, yang oleh Kotler dikatakan sebagai proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi untuk membuat gambaran yang memiliki makna, dengan kata lain dapat dikatakan persepsi membantu individu dalam menyeleksi, serta menginterpretasikan informasi menjadi suatu yang berarti menurut Poerwanto (2004).

Persepsi merupakan pandangan, penangkapan seseorang tentang sesuatu yang dipengaruhi oleh informasi yang diterima dan interpretasinya terhadap informasi tersebut. Persepsi terhadap alternatif liburan dan macam-macam tujuan wisata dikondisikan oleh tiga elemen penting, yaitu pengalaman pribadi, preferensi dan cerita dari orang lain. Proses pengambilan keputusan seseorang untuk berwisata di suatu daerah wisata atau obyek wisata terdiri dari dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor external.

Faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam diri wisatawan termasuk persepsi, pemahaman dan pendidikan, motivasi dan personality, gaya hidup tentang daerah wisata atau obyek wisata yang akan dikunjungi. Adapun faktor external atau faktor dari luar wisatawan adalah budaya yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat dan hukum, nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Sehingga dalam proses pengambilan keputusan untuk berwisata diambil dari pengalaman sebelumnya baik dari pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain.

### 2.5.2 Preferensi

Sejalan dengan semakin pesatnya kebutuhan akan berwisata, memberikan gambaran peningkatan terhadap industri-industri yang bergerak dibidang pariwisata dimana pengelola pariwisata harus dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada wisatawan sebagai pemakai jasa wisata. Agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pemakai jasa wisata maka penyedia jasa pariwisata haruslah memahami preferensi wisatawan sebagai pemuas dari kebutuhannya.

Preferensi berasal dari bahasa inggris “Preference” yang berarti sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan kebutuhan prioritas. Preferensi merupakan suatu hal yang harus didahulukan, dan diutamakan dari pada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan dan lebih disukai (Departemen Pendidikan Nasional, 2001).

Pengertian lain preferensi adalah keinginan atau minat wisatawan terhadap suatu keadaan yang merupakan cerminan nilai dan sikap kepribadian (personality) individu yang akan mengarahkan pada proses pencarian bentuk-bentuk kepuasan atau kesenangan yang spesifik. Menurut Syamsu (2000), nilai merupakan deskriptif dari pemikiran. Nilai adalah ungkapan rasa suka dan tidak suka, rasional dan irasional, pandangan dan gambaran seseorang tentang sesuatu. Sedangkan sikap menggambarkan tanggapan atas hasil evaluasi perasaan terhadap sesuatu dengan kata lain, sikap adalah kesiapan mental atas sesuatu kebutuhan. Sikap dan nilai diciptakan dari proses belajar dan pembentukan persepsi.

Preferensi wisatawan timbul dari keinginan dan kebutuhan wisatawan terhadap produk wisata yang ditawarkan dalam melakukan perjalanan wisata. Saat ini keinginan dan kebutuhan wisatawan terhadap produk wisata semakin kompleks, dinamis dan menuntut kualitas yang memadai yang diakitkan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan. Konsekuensinya, suatu daerah tujuan wisata harus mampu beradaptasi terhadap semua tuntutan perubahan dengan selalu mendengarkan suara dari berbagai pihak yang berkepentingan khususnya wisatawan yang memiliki persepsi dan preferensi yang berbeda dalam memilih obyek-obyek wisata yang akan dikunjunginya. menurut Nursusanti (2005)

## **2.6. *Importance Performance Analysis (IPA) dan Analisis Kesenjangan (GAP)***

*Importance Performance Analysis* atau analisis tingkat kinerja/presepsi dan kepentingan/prefrensi pengunjung digunakan untuk memetakan hubungan antar presepsi dan preferensi dari atribut-atribut yang telah ditentukan. *Importance Performance Analysis* terdiri dari dua komponen yaitu, analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon pengunjung terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat persepsi dan preferensi dari atribut-atribut tersebut.

Analisis kesenjangan (*gap*) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja atribut dengan harapan pengunjung terhadap atribut tersebut. Gap Analysis itu sendiri merupakan bagian dari metode IPA (*Importance-Performance Analysis*). Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*.

Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar dari pada skor persepsi akan diperoleh Gap (-) negatif. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti gap semakin besar. Apabila total gap positif maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya bila tidak, gap adalah negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan. Semakin kecil gapnya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang semakin kecil (Irawan, 2002).

Dalam *Importance Performance Analysis* (Analisis Kepentingan-Kinerja) ada 2 perhitungan dalam mencari *gap analysis*, yaitu:

### **1. Mencari Tingkat Kesesuaian**

Dalam metode ini pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan/konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi



dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai dengan tidak sesuai. Terdapat dua hal yang dapat terjadi dalam tingkat kesesuaian :

1. Apabila kinerja (persepsi) di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas (Supranto, 2006).
2. Apabila kinerja (persepsi) sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas (Supranto, 2006)

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan :

1. Tingkat kesesuaian nasabah  $> 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan adalah Pelayanan sangat memuaskan
2. Tingkat kesesuaian nasabah  $= 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan adalah Pelayanan telah memuaskan.
3. Tingkat kesesuaian  $< 100\%$  berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan adalah Pelayanan belum memuaskan.

Dalam tingkat kesesuaian  $< 100\%$  dapat dijelaskan lagi sebagai berikut :

- a. 0 – 32 % Sangat Tidak Puas
- b. 33 – 65% Tidak Puas
- c. 66 – 99% Kurang Puas

Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah:

$$Tki = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

Dimana:

$Tki$  = Tingkat kesesuaian responden/pengunjung

$\sum Xi$  = Skor penilaian kinerja

$\sum Yi$  = Skor penilaian kepentingan responden

Analisis kesesuaian dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian terlebih dahulu, lalu menghitung nilai rata-rata kinerja dan kepentingan untuk masing-masing pernyataan (faktor). Faktor-faktor tersebut diperingkatkan kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian kuadran dalam diagram kartesius.

## 2. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran.

Langkah pertama untuk analisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut/pernyataan dengan rumus :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

Dimana:

T<sub>ki</sub> = Tingkat kesesuaian responden/pengunjung

$\sum X_i$  = Skor penilaian kinerja

$\sum Y_i$  = Skor penilaian kepentingan responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan untuk keseluruhan atribut/pernyataan dengan rumus :

$$\bar{\bar{X}}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n}$$

$$\bar{\bar{Y}}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n}$$

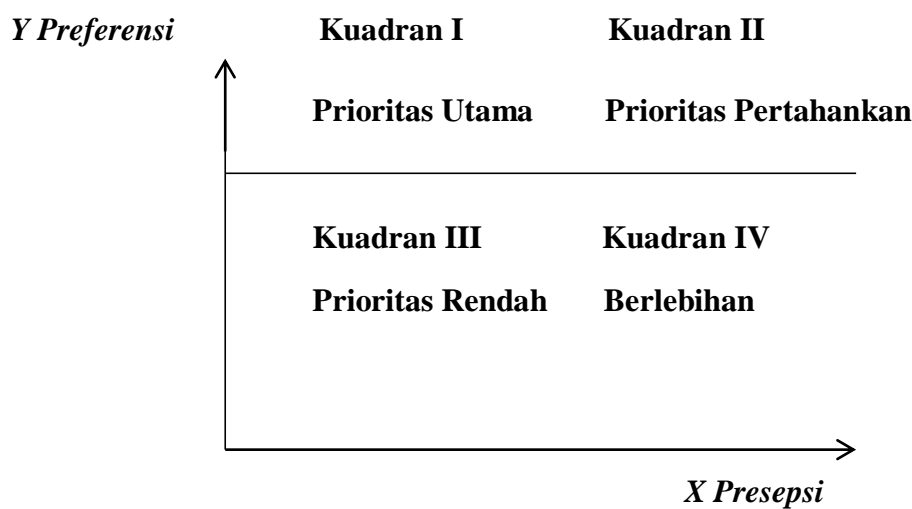
Dimana :

$\bar{\bar{X}}_i$  = Nilai rata-rata kinerja atribut/pernyataan

$\bar{\bar{Y}}_i$  = Nilai rata-rata kepentingan atribut/pernyataan

n = jumlah atribut/pernyataan

Nilai  $\bar{X}$  ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai  $\bar{Y}$  memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kepentingan/harapan, setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1 berikut.



**Gambar 2.1 Diagram Kartesius**

Diagram ini terdiri atas empat kuadran (Supranto, 2001):

**1. Kuadran I (Prioritas Utama)**

Merupakan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh responden tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (kenyataan yang diperoleh masih sangat rendah). Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara pengelola obyek wisata Danau Sentani tetap berkonsentrasi pada kuadran ini.

**2. Kuadran II (Pertahankan)**

Merupakan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh responden dan faktor-faktor yang dianggap oleh responden sudah sesuai dengan yang diharapkan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap

dipertahankan, karena variabel ini yang menjadikan atribut tersebut memiliki keunggulan di mata responden.

### **3. Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Merupakan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan pada kenyataannya biasa saja atau tidak terlalu istimewa. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan untuk dihilangkan karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh responden amat kecil.

### **4. Kuadran IV (Berlebihan)**

Merupakan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh responden, tetapi pada kenyataannya diterima atau dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan untuk dikurangi, sehingga pengelola obyek wisata Danau Sentani dapat menghemat biaya.

## **2.7. Persepsi dan Preferensi Pengunjung Objek Wisata dari Beberapa Wilayah di Indonesia**

Penelitian yang berhubungan dengan analisis tingkat persepsi dan preferensi pengunjung serta analisis kesenjangan (gap) wisata Danau yaitu :

Frans Thomas Manurung (2011), melakukan penelitian mengenai “ Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Wisata Agro Mas Cisarua Bogor”. Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis *deskriptif* dengan bantuan tabulasi *deskriptif*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Hasil dari analisis tingkat kepuasan pengunjung dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dibagi menjadi 4 kuadran, pada kuadran 1 untuk Wisata Agro Mas Cisarua Bogor disebutkan bahwa terdapat 10 atribut yaitu Kondisi jalan menuju wisata agro, Kebersihan, Sarana dan Prasarana, Lahan parkir, Kondisi jalan di wisata agro, Tingkat kebersihan toilet, Ketersediaan toilet, Keamanan di wisata agro, Jaminan rasa aman dalam menggunakan permainan yang ditawarkan oleh wisata agro dan Penanganan keluhan pengunjung. Atribut-atribut

ini perlu mendapatkan perhatian khusus atau diprioritaskan karena keberadaan faktor-faktor ini dinilai sangat penting bagi pengunjung.

Widya Iskandar Alam (2010), melakukan penelitian mengenai “ Identifikasi Presepsi dan Preferensi Pengunjung Tentang objek daya tarik wisata Situ Bagendit Kabupaten Garut” dengan alat analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan analisis kesenjangan (*gap*). Dari hasil Kesenjangan (*gap*) terbesar terjadi pada atribut pertunjukan dilokasi wisata (-287), sedangkan kesenjangan terkecil terjadi pada atribut angkutan umum yang melewati lokasi wisata (-17). Sementara atribut yang memiliki nilai kesenjangan positif adalah atribut kegiatan memancing (48) dan harga karcis (13). Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi pengunjung terhadap ODTW Situ Bagendit Kabupaten Garut ternyata masih dibawah kualitas pelayanan yang diharapkan pengunjung, karena dari tiga puluh sembilan atribut, ternyata hanya dua atribut yang sudah memberi kepuasan terhadap pengunjung. Akan tetapi beberapa atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil juga pada umumnya sudah memberikan kepuasan kepada pengunjung meskipun belum seperti kegiatan memancing dan harga karcis.

Andro Friehandhoko (2009), melakukan penelitian mengenai “Kepuasan Konsumen Wisata Pemancingan Ajo Kabupaten Karawang” dengan alat analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif dan analisis kesenjangan (*gap*). Hasil keseluruhan dari analisis kesenjangan (*gap*) terhadap dimensi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsive* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (kepedulian) serta masing-masing atribut didalamnya bahwa sebagian besar konsumen/pengunjung merasa sangat puas terhadap kinerja pelayanan yang diberikan pihak manajemen kepada konsumen.

Vandrokman Meruelka Tendri (2014), melakukan penelitian mengenai “Persepsi dan Preferensi Pengunjung tentang objek wisata Danau Tahai di Palangkaraya, Kalimantan Tengah” dengan alat analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kualitatif-kuantitatif, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan analisis Kesenjangan (*gap*). Dari keseluruhan aspek yang ada hasil analisis *gap* antara persepsi dan preferensi pengunjung, didapatkan lima memiliki nilai positif dan enam belas atribut memiliki nilai negatif. Begitu banyaknya nilai

*gap* menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan oleh Objek Wisata Danau Tahai masih kurang. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi pengunjung terhadap Objek Wisata Danau Tahai belum terpenuhi dan sesuai harapan, maka dari itu pengunjung mengharapkan adanya perbaikan dan peningkatan terhadap Objek Wisata Danau Tahai.

Siska Fitriani (2014), melakukan penelitian mengenai “Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Kawasan Wisata Lembah Harau” dengan alat analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI). Dari hasil yang didapat untuk nilai rata-rata kesesuaian antara kinerja dan kepentingan, kinerja 78,55% atribut yang dianggap penting dan memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan pengunjung, sekitar 21,45% atribut yang ada memiliki kinerja yang masih jauh dari harapan pengunjung. Kawasan Wisata Lembah Harau berada pada kriteria puas yang dianalisis dari nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 67,38%. Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota perlu melakukan perbaikan dan pengembangan atribut objek wisata yang lebih menarik dan memberikan kepuasan yang tinggi bagi pengunjung.

Trie Venny Pratiwi (2019), melakukan penelitian mengenai “Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kinerja dan Tingkat Kepentingan Pengunjung pada Objek Wisata Agro Hortimart, Agro Center Bawen, Kabupaten Semarang” dengan alat analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA) perbedaan positif sebesar 0,04 dan analisis Kesenjangan (*gap*) nilai kesenjangan menunjukkan yang didapat positif sebesar 0,04. Dapat diketahui bahwa pengunjung merasa puas terhadap tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pengunjung yang diberikan oleh wisata Agro Hortimar.

