

## BAB II TINJAUAN TEORI

### 2.1 Pariwisata

#### 2.1.1 Definisi Pariwisata

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, “pengertian pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai macam kegiatan wisata yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah (Bab 1, Pasal 1, Ayat 3).

Selain itu WTO (*World Tourism Organization*) (dalam Muljadi, 2009:9) mendefinisikan pariwisata sebagai “*the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes*” atau berbagai aktivitas yang dilakukan orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk dan tinggal di luar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut kesenangan, bisnis, dan keperluan lain.

#### 2.1.2 Wisata Minat Khusus

Fandeli (2002:107) menyebutkan, wisata minat khusus merupakan bentuk kegiatan dengan wisatawan individu, kelompok, maupun rombongan kecil yang bertujuan untuk belajar dan berupaya mendapatkan pengalaman tentang suatu hal di daerah yang dikunjunginya. Wisata minat khusus kerap disebut juga sebagai perjalanan aktif dan memberikan pengalaman baru, wisata social, wisata pendidikan, dan sebagainya. Ada beberapa kriteria yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam menetapkan suatu bentuk wisata minat khusus, yaitu adanya unsur:

- a) Learning, yaitu kegiatan wisata yang mengarah pada unsur pembelajaran
- b) Rewarding, yaitu kegiatan wisata yang memasukan unsur pemberian penghargaan atau mengagumi keindahan/keunikan kekayaan dari suatu atraksi yang kemudian menimbulkan penghargaan
- c) Enriching, yaitu pariwisata yang memasukkan peluang terjadinya pengkayaan pengetahuan masyarakat
- d) Adventuring, yaitu pariwisata yang dirancang sebagai wisata petualangan (Fandeli, 1992:110)

Wisatawan minat khusus memiliki motivasi keingintahuan yang tinggi terhadap sesuatu hal. Wisata ini menghasilkan dorongan bagi wisatawan untuk mempelajari sesuatu (*learning*). Wisata minat khusus juga mengandung pengkayaan pengalaman bagi wisatawan karena kegiatan ini akan menghadirkan pengalaman bagi wisatawan. Terdapat 7 usaha daya tarik wisata wisata minat khusus yang ditawarkan, diantaranya:

a) Wisata Olahraga Air, dan Darat

Wisata olahraga air banyak macamnya, mulai dari sederhana tanpa membutuhkan alat dan keahlian khusus, sampai pada jenis olahraga yang membutuhkan keahlian khusus dan peralatan yang khusus pula. Yang termasuk kedalam olahraga air, diantaranya renang, menyelam, selancar, arung jeram, dan lain-lain.

b) Wisata Kuliner

Wisata kuliner diartikan sebagai jalan-jalan yang tujuannya untuk makan, dan mencicipi makanan khas yang ada pada suatu daerah yang dikunjungi.

c) Wisata Religius

Wisata religius merupakan perjalanan yang bertujuan untuk melakukan kunjungan dan ziarah terhadap tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah terhadap kegiatan agamis, maupun melakukan ziarah ke makam-makam tokoh atau pemuka agama, sebagai contoh seperti melakukan Ziarah Wali.

d) Agrowisata

Agrowisata merupakan kegiatan wisata yang berlokasi di kawasan pertanian, meliputi kegiatan bertani dan beternak. Obyek wisata agro bisa berupa suasana yang nyaman, seperti udara segar dengan pemandangan yang unik, suasana khas yang masih alami. Selain memberikan hiburan berupa pemandangan yang unik, agrowisata juga dapat diterapkan sekaligus untuk menyampaikan materi pendidikan dalam bidang masing-masing, seperti pendidikan dalam bidang pertanian, dan peternakan.

e) Wisata Belanja

Dalam berwisata, ada suatu aktivitas lain yang tidak dapat ditinggalkan yaitu berbelanja. Berbelanja untuk memperoleh kenangan jika telah mengunjungi suatu daerah.

f) Ekowisata

Ekowisata adalah perjalanan yang bertanggung jawab ketempat-tempat yang alami dengan menjaga kelastarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat.

g) Wisata Kesehatan

Wisata kesehatan merupakan jenis perjalanan yang didasari kegiatan utama bertujuan untuk berobat dan mencari kesembuhan.

Menurut Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terdapat 7 wisata minat khusus yang sedang dikembangkan, yaitu:

- a) Wisata Budaya dan Sejarah
- b) Wisata Alam dan Ekowisata
- c) Wisata Olahraga dan Rekreasi
- d) Wisata Belanja dan Kuliner
- e) Wisata Kapal Pesiar
- f) Wisata Kesehatan dan Kebugaran
- g) Wisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, dan Even)

Dalam penelitian ini terdapat bermacam-macam jenis destinasi wisata, yang nantinya akan dikelompokan berdasarkan wisata minat khusus, dengan melihat kriteria-kriteria yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam menetapkan suatu bentuk wisata minat khusus dan ragam atraksi yang ditawarkan.

### 2.1.3 Unsur-unsur Pokok Kepariwisataan

Menurut Suharso (2007:107) persyaratan terhadap daya tarik pariwisata dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan-pertimbangan, terlihat pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Persyaratan Daya Tarik Pariwisata

Faktor	Kriteria	Pertimbangan
Alam	Keindahan	<b>Topografi umum:</b> Flora dan fauna di sekitar pantai, sungai, laut, air terjun, sumber mata air, dan sebagainya
	Iklm	Sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembababan, dan sebagainya
	Sosial Budaya	Adat istiadat
Seni bangunan		<b>Arsitektur setempat seperti:</b> Candi, keraton, masjid, pura, gereja, monumen, bangunan adat, bangunan kuno dan sebagainya
Pentas dan pagelaran festival		Gamelan, music, seni tari, serta atrasi kesenian lainnya
Sejarah	Peninggalan purbakala	Bekas-bekas istana, tempat peribadatan, kota tua, dan bangunan-bangunan purbakala peninggalan sejarah, dongeng atau legenda.
Agama (religius)	Kegiatan masyarakat	Kegiatan beragama tercermin dari kegiatan penduduk setempat sehari-hari dalam soal beribadah, upacara dan sebagainya

Sumber: Tunjung Suharso, Perencanaan Obyek Wisata dan Kawasan Pariwisata, 2007:107

Menurut Muljadi (2009:42) unsur-unsur yang berkaitan dengan destinasi wisata, yaitu:

#### A. Daya Tarik Wisata

Menurut Dalen 1989 (Dalam Suharso, 2007:108) daya tarik wisata/*attraction* merupakan pusat dari industry pariwisata. *Attraction* berarti mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya, meliputi jenis obyek yang akan dijual dengan memenuhi tiga syarat antara lain:

- a) Apa yang dapat dilihat (*Something To See*)
- b) Apa yang dapat dilakukan (*Something To Do*)
- c) Apa yang dapat dibeli (*Something To Buy*)

Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan dan permintaan. Biasanya wisatawan

tertarik pada suatu lokasi karena memiliki ciri khas tertentu, ciri-ciri yang mampu menarik wisatawan adalah:

1. Keindahan alam

Dimaksud dengan alam adalah alam fisik, flora, dan faunanya. Meskipun sebagai atraksi wisata ketiganya selalu berperan bersama-sama, bahkan juga bersamaan dengan modal kebudayaan dan manusia.

2. Iklim dan cuaca

Merupakan tema pemasaran yang paling umum sebagai dasar promosi suatu daerah wisata sesudah didirikan beberapa *attraction* pariwisata yang sesuai

3. Kebudayaan

Dimaksud dengan kebudayaan di sini adalah kebudayaan dalam arti luas, tidak hanya meliputi “kebudayaan tinggi” seperti kesenian atau perikehidupan keraton dan sebagainya. Akan tetapi juga meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup ditengah-tengah suatu masyarakat seperti pakaiannya, cara berbicaranya, kegiatan dipasar, dan sebagainya. Dalam hal ini semua *act* dan *artifact* (tingkah laku dan hasil karya) masyarakat, dan tidak hanya kebudayaan yang hidup, akan tetapi juga kebudayaan yang berupa peninggalan-peninggalan atau tempat-tempat bersejarah. Kebudayaan dari suatu daerah sebetulnya sangat dipengaruhi oleh sejarahnya dan hal ini mempunyai implikasi bagi industri pariwisata, sehingga faktor yang paling menarik bagi wisatawan adalah perbedaan antara kebudayaan mereka dengan kebudayaan daerah yang dikunjungi.

4. Sejarah

Sumber daya historis (*historical resources*) dapat dibagi antara perang, agama, perumahan, atau tempat tinggal dan pemerintah

5. Sumber daya manusia

Manusia dapat menjadi atraksi wisata dan menarik kedatangan wisatawan bukan hal yang luar biasa. Manusia sebagai atraksi wisata yang baik apabila orang-orang tidak mengeksploitasi sifat-sifat manusia yang tidak baik untuk mencari keuntungan

## B. Sarana dan Prasarana Kepariwisata

### 1. Sarana Kepariwisata

Menurut Muljadi (2009:13) sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung, dan kelangsungan hidupnya tergantung dari wisatawan yang datang. Pariwisata tak dapat dipisahkan dari akomodasi/penginapan. Pariwisata dilakukan jauh dari rumah, memerlukan waktu lebih dari 24 jam. Oleh karena itu wisatawan membutuhkan tempat beristirahat/tidur, mandi, tempat makan, dan lain-lain. Tempat-tempat tersebut harus memenuhi syarat kebersihan/kesehatan, nyaman, dan memiliki tingkat akses tinggi ke lokasi daya tarik wisata (Warpani, 2007:110).

Menurut Warpani (2007:111) yang termasuk dalam sarana kepariwisataan yaitu:

- a) Moda angkutan
- b) Penginapan/akomodasi
- c) Rumah makan
- d) Lembaga keuangan
- e) Pusat perbelanjaan
- f) Kesehatan dan Keamanan

### 2. Prasarana Kepariwisata

Menurut Muljadi (2009:13) prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang mendukung agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan guna memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam, antara lain:

- a) Prasarana perhubungan, seperti jaringan jalan raya dan jaringan rel kereta api, bandara udara (*airport*), pelabuhan laut (*sea-port*), terminal angkutan darat dan stasiun kereta api
- b) Instalasi tenaga listrik dan instalasi penjernihan air bersih
- c) Sistem pengairan untuk kepentingan pertanian, peternakan, dan perkebunan
- d) Sistem perbankan dan moneter

- e) Sistem telekomunikasi, seperti telepon, internet, pos, televisi, dan radio
- f) Pelayanan kesehatan dan keamanan

### C. Aksesibilitas

Menurut Warpani (2007:101) aksesibilitas adalah daya hubung antarzone yang wujudnya berupa fasilitas angkutan dalam arti luas, meliputi jaringan angkutan, yakni: kapasitas terminal, jaringan jalan, dan jaringan pelayanan. Peningkatan aksesibilitas berarti mempersingkat waktu dan akan lebih meringankan biaya perjalanan.

Black 1981 (Dalam Tamin 2000:32) menyebutkan, secara sederhana aksesibilitas dapat dinilai berdasarkan bentuk hubungan transportasi yang menggunakan dua faktor sebagai penentu tingkat aksesibilitas suatu lokasi. Faktor yang pertama adalah faktor jarak antara lokasi tersebut dengan lokasi lainnya. Faktor kedua adalah kondisi prasarana yang menghubungkan kedua lokasi. Kondisi prasarana transportasi yang dimaksud adalah kondisi prasarana transportasi berupa perkerasan jalan. Penentuan tingkat aksesibilitas yang dimaksud dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut:

**Tabel 2.2 Penentuan Tingkat Aksesibilitas**

Jarak	Jauh	Aksesibilitas rendah	Aksesibilitas menengah
	Dekat	Aksesibilitas menengah	Aksesibilitas tinggi
Kondisi prasarana		Sangat buruk	Sangat baik

*Sumber: Black 1981 (Dalam Tamin 2000:33)*

Unsur-unsur pokok kepariwisataan dalam penelitian ini merupakan salah satu komponen yang perlu diperhatikan, karena dalam sebuah perencanaan paket wisata perlu adanya kelengkapan berupa daya tarik wisata, sarana-prasarana kepariwisataan yang menunjang, serta aksesibilitas yang terjangkau. Tanpa adanya unsur-unsur pokok tersebut, maka sebuah rute wisata tidak akan terbentuk.

## 2.2 Wisatawan

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, dan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Wisatawan melakukan perjalanan ke suatu tempat memiliki alasan dan motif perjalanan yang berbeda. Motif atau tujuan utama wisatawan melakukan kegiatan perjalanan meliputi (Smith, 1989):

- a) Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata
- b) Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke obyek wisata yang pernah dilakukan oleh wisatawan
- c) Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan wisatawan melakukan perjalanan wisata
- d) Lama waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan wisatawan selama berada di obyek wisata
- e) Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata
- f) Persepsi wisatawan

Menurut Warpani (2007:12) berdasarkan keterlibatan wisatawan dalam berwisata, ditengarai ada dua macam wisatawan, yakni: 1) wisatawan aktif, yaitu mereka yang terlibat atau melibatkan diri secara fisik atau ikut serta atau bersentuhan langsung dengan kegiatan pariwisata, dan menjadi pelaku. 2) wisatawan pasif, yaitu mereka yang hanya melihat/menonton, mendengar, merasakan/menikmati obyek dan/atau atraksi pariwisata, mereka hanya terlibat secara emosional, misalnya: menonton pertandingan olahraga.

Kebutuhan wisatawan akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi serta pengalamannya. Para wisatawan tidak lagi pasif menikmati suatu wisata atau obyek wisata, tetapi menginginkan tempat-tempat baru yang menawarkan pengalaman baru. Perbandingan keinginan wisatawan lama dengan wisatawan baru dapat dilihat pada tabel 2.3 berikut (Poon, 1991:10 dikutip dari Tribuwani dalam Gunawan, 1997:73) (Dalam Warpani, 2007:183):

**Tabel 2.3 Perbandingan Keinginan Wisatawan Lama dan Wisatawan Baru**

Wisatawan Lama	Wisatawan Baru
Mencari matahari	Mencari pengalaman yang berbeda
Mengikuti massa/kecenderungan umum	Ingin bertanggungjawab atas perjalanannya
Hari ini di sini, besok pergi	Melihat, menikmati, tetapi tidak merusak

Wisatawan Lama	Wisatawan Baru
Hanya untuk menunjukkan bahwa sudah pernah datang kesuatu daerah	Datang kesuatu daerah karena menyukainya
Superioritas	Pengertian
Menyukai daya tarik	Menyukai olahraga
Waspada, berhati-hati	Berpetualang
Makan di restoran	Mencoba makanan setempat
Seragam	Beragam

Sumber: Poon, 1991:10 dikutip dari Tribuwani dalam Gunawan, 1997:73 (Dalam Warpani, 2007:183)

Suatu destinasi tidak lagi dapat mengandalkan hanya pada daya tarik wisata yang dimilikinya, tetapi harus berupaya menciptakan daya tarik baru sesuai dengan kebutuhan wisatawannya. Menciptakan daya tarik baru mengandung makna membuka peluang kegiatan baru, membuka peluang konsumen baru yang pada gilirannya berkaitan dengan kebutuhan akan prasarana dan sarana pariwisata seperti kebutuhan akan jaringan dan pelayanan jasa perangkutan, kebutuhan akan akomodasi, dan lain-lain (Warpani, 2007:183).

### 2.3 Rute Perjalanan Wisata

Rute perjalanan wisata sebaiknya berbentuk putara atau *circle route*, kecuali jika kondisi tidak memungkinkan dan karena jarak antar daya tarik wisata berdekatan. Pembentukan rute perjalanan wisata memperhitungkan kombinasi antara jalur agar perjalanan wisata dapat dilakukan secara efisien dan dapat mengunjungi obyek dan daya tarik wisata dalam waktu yang singkat (Gunawan dalam Deviana, 2004:78)

Disebutkan Gunawan (Dalam Deviana, 2004) komponen-komponen yang mempengaruhi rute perjalanan wisata, memiliki pengertian spasial yang dipengaruhi konteks mikro maupun makro. Dalam konteks mikro, yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a) Pengelompokan obyek dan daya tarik wisata
- b) Jaringan prasarana

c) Fasilitas penunjang dan akomodasi

Dari uraian tentang hal-hal yang menyangkut komponen yang mempengaruhi rute perjalanan wisata, maka didapat faktor-faktor yang mempengaruhi sebagai berikut:

- a) Aksesibilitas (jarak tempuh, waktu tempuh, dan kondisi prasarana)
- b) Obyek dan daya tarik wisata
- c) Fasilitas pelayanan (akomodasi, fasilitas penunjang)

## 2.4 Tinjauan Analisis

### 2.4.1 Analisis Kebijakan

Analisis kebijakan pembangunan terdiri dari analisis kebijakan tata ruang, dan analisis kebijakan pariwisata. Analisis kebijakan tata ruang merupakan analisis wilayah studi berdasarkan dokumen-dokumen tata ruang, seperti RTRW (Rencana Tata Ruang Wilayah), RPJM (Rencana Pengembangan Jangka Menengah), dan RPJP (Rencana Pengembangan Jangka Panjang). Kebijakan pembangunan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yang mana metode analisis ini menganalisis muatan dari sebuah teks, dalam bentuk kata-kata, makna gambar, symbol, gagasan, tema, dan lain-lain. Metode tersebut menggunakan pendekatan kauntitatif, yaitu dengan mengkodekan isi menurut kode tertentu (seperti variable dan nilai).

Kebijakan pembangunan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yang mana metode analisis ini menganalisis muatan dari sebuah teks, dalam bentuk kata-kata, makna gambar, symbol, gagasan, tema, dan lain-lain. Metode tersebut menggunakan pendekatan kauntitatif, yaitu dengan mengkodekan isi menurut kode tertentu (seperti variable dan nilai) Analisis yang dilakukan berupa kesesuaian pengembangan obyek wisata, khususnya lokasi obyek wisata tersebut terhadap kebijakan tata ruang yang ada dan masuk dalam wilayah studi. Selain kebijakan tata ruang, juga terdapat kebijakan pariwisata yang memiliki dokumen perencanaan berupa RIPPKA (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten) yang mana dianalisis berdasarkan pada kebijakan-kebijakan pengembangan pariwisata yang tertuang dalam dokumen RIPPKA tersebut.

Tahapan proses penelitian dengan menggunakan *content analysis* memiliki enam tahapan proses yang harus dilaksanakan, yaitu:

a) Merumuskan pertanyaan penelitian dan hipotesisnya

Adanya rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang dinyatakan secara jelas, eksplisit, dan mengarah, serta dapat diukur dan untuk dijawab dengan usaha penelitian. Pada perumusan hipotesis, dugaan sementara yang akan dijawab melalui penelitian, peneliti dapat memilih hipotesis nol, hipotesis penelitian atau hipotesis statistik.

b) Melakukan sampling terhadap sumber-sumber data yang telah dipilih

Penarikan sampel dilakukan melalui pertimbangan tertentu, disesuaikan dengan rumusan masalah dan kemampuan peneliti.

c) Pembuatan kategori yang dipergunakan dalam analisis

Pembuatan alat ukur atau kategori yang akan digunakan untuk analisis didasarkan pada rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, dan acuan tertentu. Misalnya, kategori tinggi-sedang-rendah, dengan indikator-indikator yang bersifat terukur.

d) Pendataan suatu sample dokumen yang telah dipilih dan melakukan pengkodean

Kemudian, pengumpulan atau coding data, dilakukan dengan menggunakan lembar pengkodean (coding sheet) yang sudah dipersiapkan. Pembuatan skala dan item berdasarkan kriteria tertentu untuk pengumpulan data, dan

e) Interpretasi/penafsiran data yang diperoleh

Setelah semua data diproses, kemudian diinterpretasikan maknanya

#### 2.4.2 Analisis Daya Tarik Wisata

Analisis daya tarik wisata digunakan untuk mengetahui potensi dan masalah yang terdapat pada suatu obyek wisata, yang mana potensi tersebut dapat digunakan sebagai daya tarik bagi wisatawan, dan masalah yang ada dapat dijadikan pertimbangan untuk melakukan upaya perbaikan dan pengembangan kedepannya. Selain harus ada obyek dan atraksi wisata, suatu destinasi pariwisata harus memiliki tiga syarat daya

tarik, berupa *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Suharso, 2007:172-173).

Wisatawan datang ke destinasi pariwisata dengan tujuan untuk memperoleh manfaat (benefit) dan kepuasan (satisfaction). Manfaat dari kepuasan tersebut dapat diperoleh apabila suatu destinasi pariwisata mempunyai daya tarik. Hal-hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi pariwisata, antara lain:

- a) Natural Aminties/benda yang terdapat di alam semesta, meliputi iklim, bentuk tanah dan pemandangan, hutan belukar, fauna dan flora, serta pusat-pusat kesehatan
- b) Hasil ciptaan manusia, meliputi benda-benda bersejarah, kebudayaan, dan keagamaan
- c) The Way of life/ tata cara hidup masyarakat, meliputi kebiasaan hidup, adat istiadat, dan tata cara masyarakat.

#### **2.4.3 Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*)**

Metode IPA merupakan metode kombinasi antara atribut-atribut tingkat kepentingan dan kepuasan terhadap kualitas pelayanan, yang mana hasil analisis meliputi empat saran berbeda berdasarkan ukuran tingkat kepentingan dan kualitas kepuasan, yang kemudian dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menetapkan strategi selanjutnya. Metode analisis IPA digunakan untuk melihat persepsi wisatawan melalui tingkat kepuasan dan kepentingan wisatawan di masing-masing obyek wisata. Kepuasan wisatawan digambarkan oleh tingkat kesesuaian antara penilaian terhadap kepuasan (X) dan penilaian terhadap tingkat kepentingan (Y). Wisatawan akan merasa puas apabila penilaian terhadap tingkat kepuasan sebanding dengan tingkat kepentingan yang diharapkan. Apabila nilai kesesuaian masing-masing atribut melebihi nilai kesesuaian rata-rata seluruh atribut maka wisatawan dinilai sangat puas, sedangkan jika dibawah nilai kesesuaian rata-rata seluruh atribut menandakan bahwa terdapat atribut yang dianggap perlu ditingkatkan kualitasnya.

Variable-variabel yang digunakan untuk menilai persepsi wisatawan dilihat dari kesesuaian antara penilaian persepsi terhadap kualitas dan penilaian tingkat kepentingan dari setiap variable. Variable yang dapat digunakan dalam penelitian, yang dapat mempengaruhi produk wisata, dapat diambil contoh, berupa variable sapta pesona

pariwisata yang meliputi keamanan, ketertiban, kebersihan, kenyamanan, keindahan, dan keunikan pada sebuah obyek wisata.

#### 2.4.4 Analisis Lama Perjalanan

Analisis lama perjalanan merupakan tahapan untuk membuat perkiraan rute dilakukan melalui penentuan rute perjalanan dengan jarak terpendek yang dapat menjangkau semua obyek wisata potensial dari tempat asal wisatawan, maupun awal tempat melakukan perjalanan. Prinsip metode ini adalah penentuan rute jaringan dengan jarak terpendek, jarak yang dimaksud berupa jarak waktu (waktu) yang dibutuhkan untuk melakukan perjalanan wisata. Proses penentuan rute dilakukan per-tahapan perjalanan, yakni perjalanan antara 2 obyek wisata yang berhubungan langsung. Rute perjalanan diperoleh dengan menjumlahkan lama perjalanan setiap tahap hingga diperoleh hasil mendekati 8 jam (rata-rata lama perjalanan wisata dalam sehari) (Suharso,2007: 185-187).



2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4 Penelitian-Penelitian Terdahulu

Judul/Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Perbedaan dengan Penelitian Penulis	Manfaat untuk Penulis
Penentuan Rute Perjalanan dan Paket Wisata Kediri (Yansen Bekti, Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya Malang, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui daya tarik wisata di Kediri</li> <li>Memberikan arahan penentuan rute perjalanan dan paket wisata di Kediri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potensi wisata</li> <li>Sarana wisata</li> <li>Prasaranan wisata</li> <li>Aksesibilitas</li> <li>Komponen pendukung wisata</li> <li>Daya tarik wisata</li> <li>Karakteristik wisatawan</li> <li>Pengunjung</li> <li>Kunjungan</li> <li>Keterkaitan destinasi wisata</li> <li>Rute perjalanan wisata</li> <li>Pemasaran wisata</li> <li>Pemasaran paket wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis karakteristik pariwisata</li> <li>Analisis karakteristik wisatawan</li> <li>Analisis <i>supply-demand</i></li> <li>Analisis perhitungan lama perjalanan</li> <li>Analisis pemasaran pariwisata</li> <li>Analisis paket wisata</li> </ul>	Penentuan rute wisata dari penelitian Yansen Bekti hanya mengacu pada potensi wisata yang ada dan melihat <i>supply-demand</i> wisatawan yang mengunjungi obyek-obyek tersebut, tanpa melihat motivasi dan keinginan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata yang cenderung pada kegiatan wisata minat khusus.	Peneliti dapat menjadikan penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan pertimbangan dalam penggunaan tinjauan teori, dan pemilihan analisis. Serta referensi dalam melakukan analisis terhadap karakteristik wisatawan dan analisis paket wisata
Arahan Penentuan Rute Perjalanan Wisata Kota Batu (Muhammad Riza Iqbal, Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya Malang, 2007)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui karakteristik dan potensi obyek wisata di Kota Batu</li> <li>Mengetahui karakteristik wisatawan dalam melakukan rute perjalanan wisata di Kota Batu</li> <li>Mengetahui arahan penentuan rute perjalanan wisata di Kota Batu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karakteristik potensi wisata Kota Batu</li> <li>Karakteristik wisatawan</li> <li>Pengunjung</li> <li>Kunjungan</li> <li>Rute perjalanan wisata</li> <li>Penentuan rute perjalanan wisata Kota Batu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis karakteristik dan potensi wisata</li> <li>Analisis karakteristik wisatawan</li> <li>Analisis <i>supply-demand</i></li> <li>Analisis linkage sistem</li> <li>Analisis preferensi wisatawan</li> <li>Analisis</li> </ul>	Pada penelitian Muhammad Riza, output yang dihasilkan berupa rute perjalanan wisata, yang dikembangkan dari rute-rute wisata yang telah ada di Kota Batu	Peneliti dapat menjadikan penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan pertimbangan dalam penggunaan tinjauan teori, dan pemilihan analisis. Serta menjadikan rute perjalanan wisata yang telah dihasilkan oleh Muhammad Riza sebagai referensi

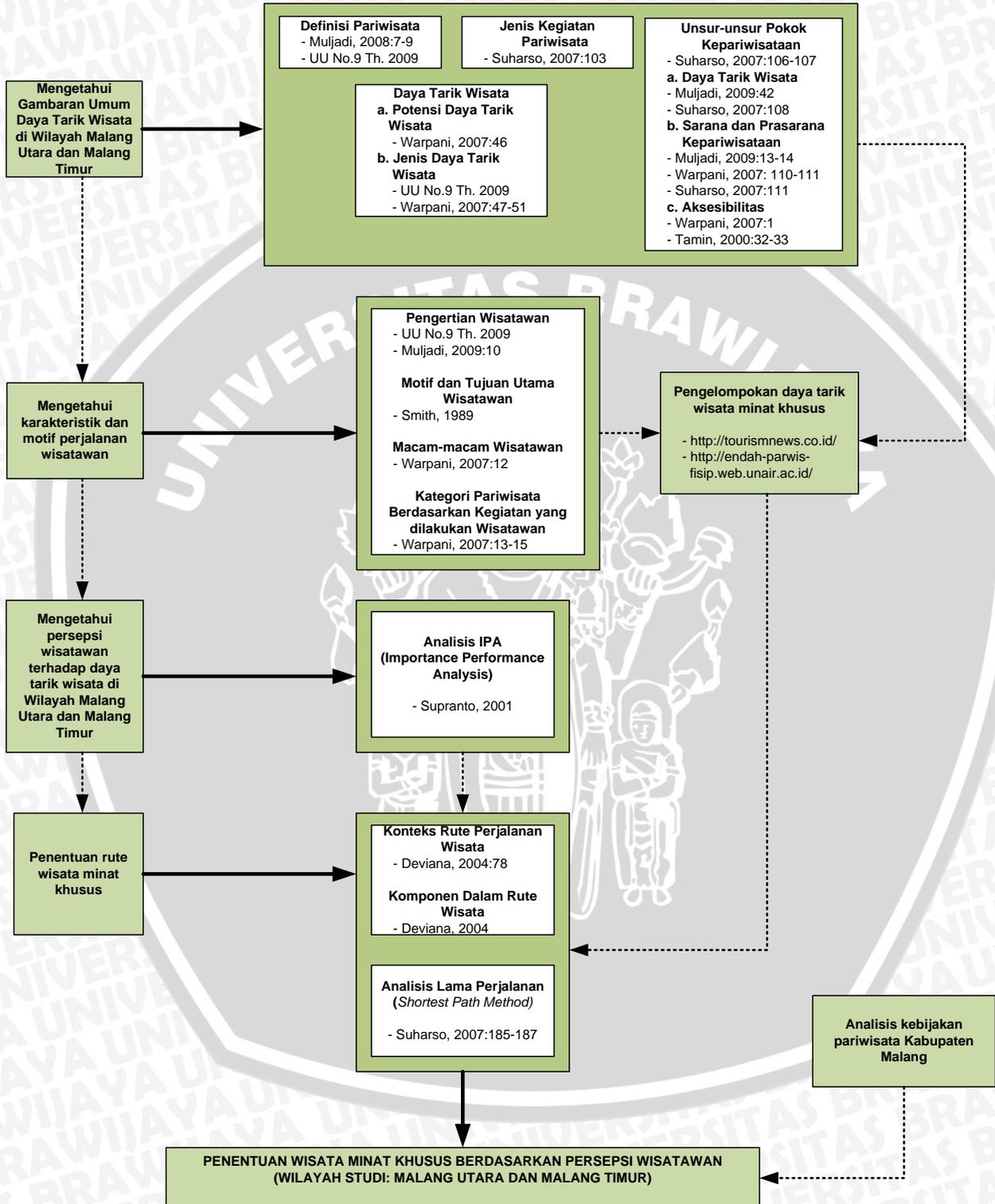
Judul/Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Perbedaan dengan Penelitian Penulis	Manfaat untuk Penulis
			<ul style="list-style-type: none"> <li>pengembangan koridor</li> <li>Analisis perhitungan lama perjalanan</li> </ul>		<p>dalam pemilihan rute pada penelitian ini yang dilihat dari beberapa kriteria yang digunakan oleh penulis sebelumnya sehingga menghasilkan rute perjalanan wisata yang baik dan sesuai</p>
<p>Arahan Pengembangan Paket Wisata Kabupaten Malang (Pratitis Sukma, Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya Malang, 2007)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik potensi wisata di Kabupaten Malang</li> <li>Mengidentifikasi karakteristik paket wisata di Kabupaten Malang</li> <li>Memberikan arahan pengembangan paket wisata yang sesuai dengan karakteristik potensi wisata di Kabupaten Malang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Daya tarik wisata</li> <li>Potensi wisata</li> <li>Sarana wisata</li> <li>Prasaranan wisata</li> <li>Aksesibilitas</li> <li>Komponen pendukung wisata</li> <li>Karakteristik wisatawan</li> <li>Pengunjung</li> <li>Kunjungan</li> <li>Pemasaran wisata</li> <li>Pemasaran paket wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis karakteristik wisata</li> <li>Analisis karakteristik wisatawan</li> <li>Analisis paket wisata</li> <li>Analisis cluster</li> <li>Analisis linkage sistem</li> <li>Analisis SWOT</li> <li>Analisis pemasaran</li> </ul>	<p>Pada penelitian Pratitis Sukma, arahan pengembangan paket wisata yang dibuat mengacu pada paket wisata yang telah ada di Kabupaten Malang dan melihat potensi-potensi wisata yang ada. Sehingga dilakukan upaya pengembangan paket wisata terhadap paket-paket wisata yang ada di Kabupaten Malang yang belum berkembang.</p>	<p>Peneliti dapat menjadikan penelitian terdahulu sebagai bahan refrensi dan pertimbangan dalam penggunaan tinjauan teori, dan pemilihan analisis. Penulis juga bisa melihat dan mendapatkan gambaran terhadap arahan penentuan rute perjalanan wisata yang baik berdasarkan potensi wisata yang ada, seperti hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian terdahulu. Penulis juga bisa menggunakan penelitian terdahulu</p>

Judul/Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Perbedaan dengan Penelitian Penulis	Manfaat untuk Penulis
Sumber: Penelitian terdahulu					untuk melihat rute dan paket wisata apa saja yang telah ada dan ditawarkan di Kabupaten Malang, sehingga nantinya dalam penelitian ini tidak terjadi ketimpangan dalam penentuan rute dan paket wisata pada wilayah studi.

Sumber: Penelitian terdahulu



## 2.6 Kerangka Teori



Gambar 2.1 Kerangka Teori