

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Persepsi

Menurut Rangkuti (2002) mengemukakan bahwa persepsi diidentifikasi sebagai suatu proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna. Meskipun demikian, makna dari proses persepsi tersebut juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan. Persepsi terhadap produk atau jasa berpengaruh terhadap tiga faktor, yaitu:

1. Tingkat kepentingan.

Tingkat kepentingan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli produk atau jasa, yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut.

2. Kepuasan.

Kepuasan didefinisikan sebagai respon terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, salah satunya adalah persepsi mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Selain itu juga dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Persepsi mengenai kualitas jasa tidak mengharuskan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu untuk memberikan penilaian.

## 2.2 Wisatawan

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-undang nomor 10 tahun 2009). Jadi menurut pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan, sedangkan Pengertian wisatawan yang tertuang dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 memberikan definisi wisatawan (*tourist*) adalah orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu. Wisatawan secara umum dapat diartikan sebagai orang yang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke tempat yang didatanginya bukan untuk menetap. Wisatawan adalah setiap orang yang berpergian dari suatu tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungannya itu (Spillane, 1987). Dalam buku dasar-dasar pariwisata, pengertian wisatawan adalah seseorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata di sebut dengan wisatawan (*tourist*), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang di kunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang di kunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong (*excursionist*). Dalam UU No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan asalnya, wisatawan dibagi menjadi dua (Yoeti, Oka A. 1991), yaitu wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan

mancanegara (wisman). Wisatawan nusantara adalah orang yang berdiam dan bertempat tinggal pada suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di negara dimana dia tinggal, sedangkan wisatawan mancanegara adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana dia tinggal.

### **2.3 Infrastruktur Pariwisata**

Infrastruktur pariwisata adalah komponen produk wisata daerah, infrastruktur terdiri dari perangkat dasar, bangunan dan institusi pelayanan, yang keberadaannya sangat penting untuk kegiatan ekonomi dan sosial. Infrastruktur dibagi menjadi:

1. Teknis, termasuk perangkat dasar dan transportasi, komunikasi, gas, panas, listrik dan industri jalan
2. Sosial, termasuk perangkat dan lembaga yang berhubungan dengan pendidikan, budaya, ilmu pengetahuan, kesehatan, budaya fisik dan pariwisata, administrasi publik. (Gaworecki., 2003).

“Menurut Yoeti (1985:181) Prasarana (Infrastruktur) kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam sehingga wisatawan juga tertarik untuk berkunjung ke suatu tempat wisata”.

Untuk memajukan suatu tempat wisata maka sarana pariwisata perlu diperhatikan karena dengan sarana yang baik maka akan mendorong minat wisatawan

untuk berkunjung. Menurut (Inskeep, E. 1991) sarana pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah tempat penginapan seperti hotel, *apartement*, vila, dsb. Pada saat berwisata tentunya diperlukan tempat untuk tinggal sementara untuk beristirahat. Dengan adanya sarana ini maka setiap wisatawan yang akan datang akan menikmati objek wisata dalam waktu yang relatif lama. Informasi mengenai akomodasi ini juga berpengaruh terhadap jumlah wisatawan yang datang. Pilihan jenis akomodasi yang dipilih seperti jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, jumlah kamar yang tersedia dan sebagainya.

2. Tempat makan dan minum

Selain tempat menginap untuk wisatawan, pelayanan tempat makan dan minum juga diperlukan dalam suatu tempat wisata. Contohnya rumah makan, Restoran, *Cafe*, dsb. Bila suatu tempat wisata memiliki makanan khas maka akan menambah minat dari para wisatawan karena ingin menikmati makanan khas tersebut. Hal yang harus diperhatikan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkat kebersihan, dan hal-hal lain yang dapat menambah selera makan seseorang serta lokasi tempat makannya.

### 3. Tempat Belanja

Ketersediaan fasilitas belanja juga merupakan faktor yang memberi kenyamanan bagi wisatawan, ketersediaan barang-barang yang dijual dan pelayanan yang baik, lokasi yang nyaman serta akses yang baik serta tingkat yang relatif terjangkau merupakan hal yang harus diperhatikan.

### 4. Fasilitas umum di tempat wisata

Fasilitas umum adalah fasilitas yang biasanya tersedia di tempat rekreasi seperti tempat parkir, toilet umum, musholla, dan lain-lain.

Sementara Yoeti (1985) menyebutkan bahwa salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata adalah infrastruktur penunjang wisata, antara lain:

- *Recreative and Sportive Plan*
- *Residential Tourist Plan*, terdiri dari penginapan/hotel dan tempat makan/restoran
- Sarana pelengkap atau penunjang kepariwisataan untuk membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal di tempat wisata
- Sarana penjualan, berupa toko-toko yang menjual barang-barang souvenir atau benda lain khusus wisatawan
- Utilitas, yaitu terkait dengan ketersediaan jaringan air bersih, listrik, drainase, dan sanitasi (tersedianya fasilitas toilet/MCK)
- Prasarana sosial, seperti sarana pendidikan dan kesehatan

- Transportasi, yaitu ketersediaan sarana transportasi (moda kendaraan yang digunakan menuju tempat wisata) dan aksesibilitas (kemudahan mencapai kawasan wisata)

#### **2.4 Perancangan Sistem Infrastruktur**

Perencanaan, pembangunan dan pemanfaatan sekaligus pemeliharaan merupakan proses yang penting dan perlu dilakukan untuk membuat sistem infrastruktur yang terpadu dan menyeluruh. Salah satu tantangan utama dalam perancangan sistem infrastruktur adalah mempertimbangkan bagaimana semua memberikan pengaruh pada lainnya, ketertarikan satu sama lain dan dampak - dampaknya (Grigg, 1988) dalam satu keseimbangan yang harmoni. Untuk mengsucceskan perancangan suatu sistem infrastruktur yang bersifat menyeluruh tahapan, dapat dipakai sebagai salah satu acuan yang meliputi (Grigg, 1988) :

1. Perencanaan menyeluruh yang komprehensif
2. Rencana induk untuk setiap pembangunan dan sistem
3. Perkiraan biaya
4. Perencanaan organisasi dan institusi
5. Perencanaan untuk peningkatan sistem yang sudah ada.

#### **2.5 Kepariwisataaan di D. I. Yogyakarta**

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling berpengaruh

terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Saat ini, sektor pariwisata sedang memiliki daya tarik yang banyak diminati untuk melakukan bisnis. Selain itu, pariwisata juga sebagai sumber perekonomian daerah yang bisa meningkatkan kualitas suatu wilayah. Sebagai salah satu pemasukan daerah yang berkontribusi cukup besar terhadap perekonomian negara. Tentunya pariwisata juga membantu menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran wilayah atau kota sekitar lokasi wisata. Dengan itu, pemerintah D.I. Yogyakarta sangat memberikan suatu dorongan kepada masyarakat sekitar dalam rangka penyiapan lokasi wisata.

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi D.I. Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2010 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi D.I. Yogyakarta Tahun 2009-2029, telah ditetapkan bahwa pemerintah akan melakukan strategi untuk melaksanakan kebijakan dengan cara :

- a. melestarikan obyek wisata;
- b. memanfaatkan obyek wisata secara bijaksana;
- c. mengembangkan obyek wisata yang sesuai dengan sifat dan karakteristiknya; dan
- d. menyediakan fasilitas pelayanan yang sesuai dan memadai.

Perkembangan dan pelestarian obyek wisata di D.I. Yogyakarta di realisasikan pemerintah D.I. Yogyakarta dengan bentuk terciptanya lokasi-lokasi wisata baru yang berada tersebar merata di seluruh kabupaten dan kota. Keadaan lokasi wisata di D.I. Yogyakarta, yang dahulunya ada hanya sebatas fisik namun sekarang sudah adanya aktivitas dalam rangka peningkatan dan pemeliharaan lokasi wisata. Lokasi wisata

yang dahulunya, dalam satu lokasi hanya terdapat satu destinasi, saat ini pihak pemerintah D.I. Yogyakarta bersinergi dengan pemerintah daerah/kabupaten bersama merencanakan tata ruang lokasi wisata dengan baik. Dalam satu lokasi wisata, kini terdapat beberapa macam destinasi wisata yang membuat aktivitas para wisatawan menjadi efektif. Penyiapan lokasi wisata di D.I. Yogyakarta ini didukung oleh pemerintah setempat dengan cara menyiapkan sumber daya manusia di wilayah lokasi wisata, agar siap dalam menerima para wisatawan yang berkunjung ke wilayah setempat. Hal ini perlu dipersiapkan secara matang karena, kedatangan para wisatawan dalam satu sisi membawa dampak positif dalam bidang perekonomian. Tetapi para masyarakat setempat juga harus menyiapkan segala hal mengenai adanya budaya baru yang akan masuk ke daerah. Tentunya hal ini akan sangat berpengaruh terhadap kondisi masyarakat setempat.

Pemerintah D.I. Yogyakarta juga sudah merencanakan perkembangan kepariwisataan sesuai dengan perencanaan pembangunan destinasi lokasi wisata, pemasaran yang termanajemen dengan baik. Didukung oleh pembangunan wilayah, fasilitas umum, dan aksesibilitas penunjang kepariwisataan.

Pemasaran kepariwisataan di D.I. Yogyakarta ini tentunya dengan cara memperluas promosi dan adanya ide kreatif agar produk-produk wisata atau tawaran lokasi wisata yang ada di D.I. Yogyakarta ini menjadi tujuan wisata yang global. Tentunya pemasaran juga mengemas suatu destinasi wisata dalam sebuah paket destinasi dengan berbagai macam lokasi wisata. Dengan ini perlu adanya optimalisasi



dalam pemberdayaan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia agar mampu bersaing dan berkompetensi dengan handal. Pemasaran lokasi wisata di D.I. Yogyakarta ini dikemas dan disajikan oleh industri pariwisata dan didukung oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah agar mampu bersaing dalam kinerja pengoptimalan pemasaran kepariwisataan yang ada.

## 2.6 Potensi Pariwisata di D. I. Yogyakarta

**Tabel 2.1. Jumlah Obyek wisata dan pengunjung menurut Kabupaten/Kota di Provinsi D. I. Yogyakarta 2015-2016**

No.	Kabupaten/ Kota	Banyaknya Obyek <u>Wisata</u>	wisatawan		Banyaknya Obyek <u>Wisata</u>	Wisatawan	
			<u>Domestik</u>	<u>Mancanegara</u>		<u>Domestik</u>	<u>Mancanegara</u>
1.	Kulonprogo	18	23	1 289 672	16	6 506	1 346 894
2.	Bantul	52		4 519 199	29	5 540	5 143 093
3.	Gunungkidul	18		2 642 759	12	3 886	3 476 008
4.	Sleman	63	509 507	4 441 427	55	24 136	5 696 332
5.	Yogyakarta	25	230 879	5 388 852	23	249 481	5 271 471
	Jumlah	176	740 409	18 281 909	135	511 545	20 933 798

Sumber: Badan Pusat Statistik D.I. Yogyakarta, 2017.

**Tabel 2.2. Jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi D. I. Yogyakarta 2012-2016**

No.	Tahun	Hotel		Jumlah
		Bintang	Non Bintang	
1.	2012	148 496	3 397 835	3 546 331
2.	2013	207 278	3 603 366	3 810 644
3.	2014	202 659	3 675 122	3 877 771
4.	2015	218 108	3 838 808	4 056 916
5.	2016	215 357	4 192 181	4 407 538

Sumber: Badan Pusat Statistik D.I. Yogyakarta, 2017.

D.I. Yogyakarta dapat dikatakan sebagai provinsi di Indonesia yang menjadi destinasi utama untuk kegiatan wisata. D.I. Yogyakarta memiliki banyak faktor yang membuat para wisatawan tertarik untuk datang ke kota ini. Potensi produk wisata di D.I. Yogyakarta ini terkait dengan aksesibilitas dan daya tarik wisata

## **2.7 Kondisi Infrastruktur di D. I. Yogyakarta**

Infrastruktur yang ada di D.I. Yogyakarta sangat berpengaruh terhadap aktivitas kepariwisataan. Infrastruktur ini berupa infrastruktur sarana transportasi, ketersediaan infrastruktur ini dapat diukur dengan kemudahan dan kelancaran pergerakan atau mobilitas aktivitas kepariwisataan dari suatu lokasi menuju suatu lokasi wisata tertentu. Hal ini menjadi faktor penting sebagai kunci utama pengembangan lokasi pariwisata.

Ketersediaan infrastruktur jalan raya yang ada D.I. Yogyakarta sebagai salah satu faktor penting dalam penggerak aktivitas transportasi di D.I. Yogyakarta juga sudah tersedia dengan baik. Namun, ada kalanya saat-saat tertentu, ketersediaan kapasitas jalan raya ini hampir tidak bisa menampung banyaknya volume lalu lintas

yang ada. Pertumbuhan lalu lintas di D.I. Yogyakarta ini diakibatkan karena adanya pertumbuhan wisatawan yang berkunjung. Para wisatawan berkunjung ke suatu lokasi wisata, biasanya melewati jalur utama untuk menuju ke destinasi yang dituju. Biasanya para wisatawan kurang informasi mengenai adanya rute alternatif menuju destinasi wisata. Atau mungkin hanya terdapat satu rute jalan untuk menuju ke destinasi wisata. Dengan hanya ada satu rute yang menghubungkan suatu destinasi lokasi wisata, terkadang terjadi permasalahan lalu lintas atau permasalahan transportasi yaitu kemacetan akibat banyaknya pengunjung yang akan menuju lokasi wisata. Tidak hanya jalan raya sebagai fasilitas pendukung utama dalam pergerakan transportasi, jalan raya juga dapat dilengkapi dengan adanya jembatan, atau *fly over* dan *under pass*. Di D.I. Yogyakarta ketersediaan *fly over* dan *under pass* sudah tersedia dengan baik. Adanya *fly over* dan *under pass* ini diharapkan mampu mengurangi permasalahan lalu lintas, atau kemacetan lalu lintas akibat menumpuknya kendaraan para pengguna jalan di D.I. Yogyakarta. *fly over* dan *under pass* ini dibangun di suatu titik atau persimpangan yang biasa menimbulkan kemacetan atau memiliki potensi permasalahan lalu lintas cukup tinggi.