

## **II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR**

### **A. Tinjauan Pustaka**

Untuk memberikan arah jalannya penelitian ini akan disajikan beberapa pendapat para ahli yang berkaitan dengan topik-topik kajian penelitian yang terdapat dalam buku-buku pustaka yang disajikan sumber pembahasan.

#### **1. Pengertian Geografi dan Geografi Pariwisata**

Definisi Geografi menurut Ikatan Geografi Indonesia (IGI) dalam Budiyo (2003:3) adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan atau kelingkungan dalam konteks keruangan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa antara aspek fisik dan sosial saling berhubungan, dalam hal interaksi manusia dengan manusia dan manusia dengan alam sekitarnya. Di mana objek wisata sebagai lingkungan alam yang dimanfaatkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan manusia baik dari segi psikologis maupun fisik, seperti keindahan panorama alam yang memberikan kesegaran dan kesenangan bagi manusia yang melihatnya.

Dalam penelitian ini lingkup ilmu yang digunakan adalah geografi pariwisata. Pariwisata berkaitan erat dengan geografi karena dalam ilmu pariwisata terdapat aspek-aspek geografi yang tidak dapat dipisahkan.

Menurut Ramaini (1992:3), geografi pariwisata yaitu geografi yang berhubungan erat dengan pariwisata. Kegiatan pariwisata itu banyak sekali seginya. Semua kegiatan itu biasa disebut industri pariwisata, termasuk di dalamnya, perhotelan, restoran, toko cendera mata, transportasi, biro jasa di bidang perjalanan, tempat-tempat hiburan objek wisata, atraksi budaya, dan lain-lain. Segi geografi umum yang perlu diketahui wisatawan, antara lain; iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat-istiadat, budaya, perjalanan darat dan perjalanan laut dan udara, dan sebagainya.

Berdasarkan definisi di atas, dijelaskan bahwa antara geografi dan pariwisata mempunyai hubungan atau korelasi yang sangat erat. Geografi dalam pariwisata sangat berperan dalam menunjang kelancaran aktivitas pariwisata yaitu mendeskripsikan daerah tujuan wisata.

Untuk memajukan perkembangan pariwisata, maka perlu diperhatikan beberapa unsur yang menunjang dalam kegiatan industri pariwisata tersebut.

Kemajuan pengembangan pariwisata sebagai industri, sebenarnya ditunjang oleh bermacam-macam usaha yang perlu dikelola secara terpadu dan baik, di antaranya adalah: (1) promosi untuk memperkenalkan objek wisata, (2) transportasi yang lancar, (3) kemudahan imigrasian atau birokrasi, (4) akomodasi yang menjamin penginapan yang nyaman, (5) pemandu wisata yang cakap, (6) penawaran barang dan jasa mutu terjamin dan harganya wajar, (7) pengisian waktu dengan atraksi-atraksi yang menarik, (8) kondisi kebersihan dan kesehatan lingkungan hidup (James J Spilance, 1987:129-130).

## **2. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara seseorang yang lebih menuju tempat di luar tempat tinggalnya. Oka A. Yoeti (1982:109) menyatakan bahwa:

“Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*bussines*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau memenuhi keinginan beranekaragam.

Menurut Chafid Fandeli (1995:47) pariwisata atau *tourism*” adalah perpindahan sementara orang-orang ke daerah tujuan di luar tempat kerja dan tempat tinggal sehari-harinya, kegiatan yang dilakukannya dan fasilitas yang digunakan ditujukan untuk memenuhi keinginan dan

kebutuhannya. Pendapat lain mengatakan pariwisata adalah kegiatan aktivitas manusia untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan hidupnya menurut Maslow dalam I Gde Pitana (2005:59).

Menurut Soekadijo (2000:3), pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara (dan) dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan mereka selama tinggal di tempat tujuan itu.

Dapat disimpulkan bahwa, pariwisata adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan atau persinggahan orang-orang yang tidak untuk menetap dan bukan untuk mencari nafkah, tetapi seseorang melakukan pariwisata dengan tujuan agar tercapai suasana yang menyenangkan serta mendapatkan kenikmatan dan kepuasan sesuai dengan kebutuhannya.

Selain itu kegiatan industri pariwisata sangat besar manfaatnya baik bagi negara, pemerintah maupun bagi masyarakat setempat. Pengembangan pariwisata diharapkan mampu dijadikan sebagai sumber devisa negara, menciptakan lapangan kerja, berkembangnya komunikasi, transportasi, akomodasi, kebudayaan di daerah tujuan wisata diketahui banyak orang (wisatawan), mengurangi pengangguran serta meningkatkan pendapatan masyarakat maupun pendapatan daerah setempat. Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi penting bahkan sektor ini diharapkan dapat menjadi devisa nomor satu (Gamal Suwanto, 1997:35).

### **3. Objek dan Daya Tarik Wisata**

Objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan. Pengembangan objek dan daya tarik wisata dapat menyukkseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai *asset* yang dapat dijual kepada wisatawan.

Obyek wisata adalah suatu tempat yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mampu menimbulkan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjunginya baik itu berupa panorama alam, bangunan sejarah, kebudayaan dan pusat-pusat rekreasi modern. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut James J. Spillance (1997:63) daya tarik merupakan segala sesuatu yang dapat atau mampu menarik wisatawan yang ingin berkunjung. Daya tarik dapat timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora fauna, sifat kekhasan perairan laut/danau), objek buatan manusia (museum, katedral, masjid kuno, makam kuno, dan sebagainya), ataupun unsur-unsur dan pariwisata budaya (kesenian, adat istiadat, dan makanan). Daya tarik dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu daya tarik utama dan daya tarik tambahan.

Menurut Oka A. Yoeti (1982:158), daya tarik wisata atau “*tourist attraction*”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Menurut Oka A. Yoeti (1982:164), untuk dapat menarik wisatawan daerah tujuan wisata (DTW) harus memiliki daya tarik yang mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan/pengunjung, antara lain:

- a. Sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*). Artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh objek wisata daerah lain. Dengan kata lain, daerah itu harus mempunyai daya tarik yang khusus dan unik.
- b. Sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*). Artinya di tempat tersebut selain banyak yang dapat disaksikan, harus disediakan pula fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c. Sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*). Artinya di tempat tersebut harus dan fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik, memiliki keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Daya tarik objek wisata merupakan faktor utama yang harus ada serta dikembangkan secara maksimal sehingga banyak wisatawan yang datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat yang mereka kunjungi. Pada umumnya, daya tarik objek wisata harus mampu memberikan rasa senang, nyaman, damai, dan kepuasan pada wisatawan yang berkunjung.

#### **4. Wisatawan**

Istilah wisatawan biasanya diasumsikan sebagai orang-orang yang berkunjung di objek wisata. Untuk lebih jelasnya yang disebut wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur, dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain menurut I Gde Pitana (2005:53).

Menurut Intruksi Presiden Republik Indonesia No. 9 Tahun 1969, wisatawan adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu.

Soekadijo (2000:3) menyatakan bahwa wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya.

Jadi menurut pendapat di atas, wisatawan adalah orang yang datang ke suatu tempat dengan berbagai tujuan kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah dan tidak menetap di tempat yang didatanginya. Pada umumnya tujuan wisatawan untuk berwisata adalah memperoleh kepuasan dan kesenangan tersendiri di suatu objek wisata yang dikunjunginya. Wisatawan melakukan perjalanan wisata sangat ditentukan oleh motivasi karena kebutuhan

dari dalam diri. Oleh sebab itu, motivasi sangat berpengaruh terhadap pemilihan objek wisata yang akan dikunjungi.

## **5. Karakteristik Wisatawan**

Motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan sangat dipengaruhi oleh karakteristik wisatawan itu sendiri. Hal ini sesuai dengan pendapat Chafid Fandeli (1995:41) bahwa timbulnya motivasi sangat tergantung pada diri pribadi wisatawan yang berkaitan dengan umur, pengalaman, pendidikan, emosi, kondisi fisik dan psikis.

Beragamnya karakteristik dan latar belakang wisatawan menyebabkan beragamnya keinginan dan kebutuhan mereka akan suatu produk wisata. Hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata, sehingga dalam menyediakan produk yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

## **6. Motivasi Wisatawan**

Motivasi tidak akan lepas dari pengertian motif, sebab istilah motivasi yang berasal dari kata "*motivation*" ini berhubungan dengan istilah motif. Motif adalah suatu perangsang (keinginan) dan daya penggerak (kemauan) bekerja seseorang, setiap mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai, sedangkan motif perjalanan adalah suatu pendorong atau alasan seseorang untuk mengadakan perjalanan ke suatu tempat untuk memenuhi kebutuhannya menurut Soekadijo (2000:34).

Menurut Elinda Prayitno (1989:61) mengemukakan bahwa: "motivasi merupakan suatu tenaga (dorongan, alasan, atau kemauan) dari dalam diri seseorang yang menyebabkan dia berbuat atau bertindak dimana tindakan itu diarahkan kepada tujuan yang hendak dicapai.

Menurut Sumadi Suryabrata dalam Djaali (2006:101), motivasi adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan aktivitas tertentu guna pencapaian suatu tujuan (kebutuhan).

Sehubungan dengan kebutuhan hidup manusia yang mendasari timbulnya motivasi, Maslow dalam I Gde Pitana (2005:59) mengungkapkan bahwa kebutuhan manusia itu meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Menurut Muljadi A.J, (2009:6), manusia memiliki kebutuhan fisiologis dan rohani sehingga manusia akan melakukan berbagai mobilitas untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kebutuhan yang mendorong manusia untuk melakukan mobilitas, yaitu:

1. Kebutuhan dagang atau ekonomi
2. Kebutuhan kepentingan politik
3. Kebutuhan keamanan
4. Kebutuhan kesehatan
5. Kebutuhan pemukiman
6. Kebutuhan kepentingan agama
7. Kebutuhan kepentingan pendidikan
8. Kebutuhan minat kebudayaan
9. Kebutuhan hubungan keluarga
10. Kebutuhan untuk rekreasi
11. Kebutuhan untuk konferensi

Salah satu upaya manusia dalam penemuan kebutuhannya yaitu dengan mengadakan perjalanan wisata. Motivasi seseorang dalam melakukan perjalanan sangat bervariasi, dan motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut McIntos dan Murphy dalam I Gde Pitana, dkk (2005: 58-59) motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut:

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga dan sebagainya.
2. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (monumen bersejarah)
3. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga (VTR, *visiting friends and relatives*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situsai yang membosankan, dan seterusnya.
4. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation*.

Menurut Chafid Fandeli (1995:41) motivasi wisatawan yang berkaitan dengan keinginan untuk pergi berwisata, dapat dilihat pada tabel pada berikut ini:

No	Kategori	Motivasi Wisatawan
1	Motivasi fisik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyegarkan kembali badan dan jiwa</li> <li>2. Istirahat karena kesehatan</li> <li>3. Olahraga</li> <li>4. Rekreasi: bersenang-senang, berpacaran, berbelanja, melihat pertunjukan kesenian.</li> </ol>
2	Motivasi kebudayaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingin mengetahui budaya, seni, musik, arsitektur, sejarah negara lain</li> <li>2. Peristiwa penting (olahraga, pekan perdagangan, peristiwa lain bertaraf nasional/internasional)</li> </ol>
3	Motivasi individu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengunjungi keluarga, teman atau mencari teman baru</li> <li>2. Perjalanan bersenang-senang</li> <li>3. Kunjungan spiritual misal: ziarah</li> <li>4. Mencari pengalaman baru pada lingkungan baru ( fisik dan sosial)</li> </ol>
4	Motivasi prestasi dan status	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyaluran hobi</li> <li>2. Melanjutkan belajar</li> <li>3. Pertemuan untuk menjalin hubungan personal</li> <li>4. Menghadiri konferensi dan seminar</li> </ol>

Menurut Oka A Yoeti (1982:80-82) beberapa motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan,yaitu:

- a. Alasan pendidikan dan kebudayaan
  1. Ingin melihat bagaimana rakyat negara lain bekerja dan bagaimana cara hidupnya (the way of laife).



2. Ingin melihat kemajuan-kemajuan yang telah dicapai negara lain.
  3. Ingin menyaksikan tempat-tempat bersejarah, peninggalan-peninggalan kuno, monumen-monumen, kesenian rakyat, industri kerajinan, festival, events, keindahan alam dan lain-lain.
  4. Untuk mendapatkan saling pengertian dan ide-ide baru ataupun penemuan-penemuan baru.
  5. Untuk berpartisipasi dalam suatu festival kebudayaan, kesenian, dan lain sebagainya.
- b. Alasan santai, kesenangan dan petualangan.
1. Menghindarkan diri dari kesibukan sehari-hari dan kewajiban rutin.
  2. Untuk melihat daerah-daerah baru, masyarakat asing dan untuk mendapatkan pengalaman.
  3. Untuk mendapatkan atau menggunakan kesempatan yang ada atau untuk memperoleh kegembiraan.
  4. Untuk mendapatkan suasana romantis yang berkesan, terutama bagi pasangan-pasangan yang sedang berbulan madu.
- c. Alasan kesehatan, olahraga, dan rekreasi
1. Untuk beristirahat dan mengembalikan kekuatan setelah bekerja keras dan menghilangkan ketegangan pikiran.
  2. Untuk melatih diri dan ikut dalam pertandingan olahraga tertentu, seperti olympiade, misalnya.
  3. Untuk menyembuhkan diri dari suatu penyakit tertentu.
  4. Melakukan rekreasi dalam menghabiskan masa libur.
- d. Alasan keluarga, negeri asal dan tempat bermukim
1. Untuk mengunjungi tempat di mana kita berasal atau dilahirkan.
  2. Untuk mengunjungi tempat di mana kita pernah tinggal atau berdiam pada masa lalu.
  3. Untuk mengunjungi famili dan kawan-kawan
  4. Untuk pertemuan dengan keluarga atau kawan-kawan dalam rangka reuni.
- e. Alasan business, sosial, politik dan konperensi
1. Untuk menyaksikan suatu pameran, kamar dagang, karya wisata, atau meninjau suatu proyek, dan lain-lain.
  2. Menghadiri konperensi, seminar, simposium dan pertemuan ilmiah lainnya.
  3. Mengikuti perjanjian kerjasama, pertemuan politik dan undangan negara lain yang berhubungan dengan kenegaraan.
  4. Untuk ikut dalam suatu kegiatan sosial.
- f. Alasan pesaing dan hadiah
1. Untuk memperlihatkan kepada orang lain, bahwa yang bersangkutan juga mampu melakukan perjalanan jauh.
  2. Untuk memenuhi keinginan agar dapat bercerita tentang negeri lain pada kesempatan-kesempatan tertentu.
  3. Agar tidak dikatakan orang ketinggalan jaman.
  4. Merealisasi hadiah yang diperoleh dalam suatu sayembara tertentu.
  5. Merealisasi hadiah yang diberikan oleh seseorang.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan faktor pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan dan berpengaruh terhadap penentuan objek wisata yang akan dikunjungi. Oleh karena itu motivasi wisatawan sangatlah penting untuk diketahui bagi pengelola objek wisata dalam rangka meningkatkan daya tarik yang berbeda untuk menarik dan menyenangkan serta terpenuhinya kebutuhan wisatawan sehingga menghindari wisatawan beralih ke objek wisata lain yang merupakan pesaing.

## **7. Hasil Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang mengambil pokok permasalahan hampir sama dengan penelitian ini dirujuk guna kesempurnaan dan kelengkapan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Fatimasari (2010) mengkaji motivasi wisatawan domestik untuk berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang.
- b. Sertzer Munavizt (2010) mengkaji karakteristik dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Kertalangu.

## **B. Kerangka Pikir**

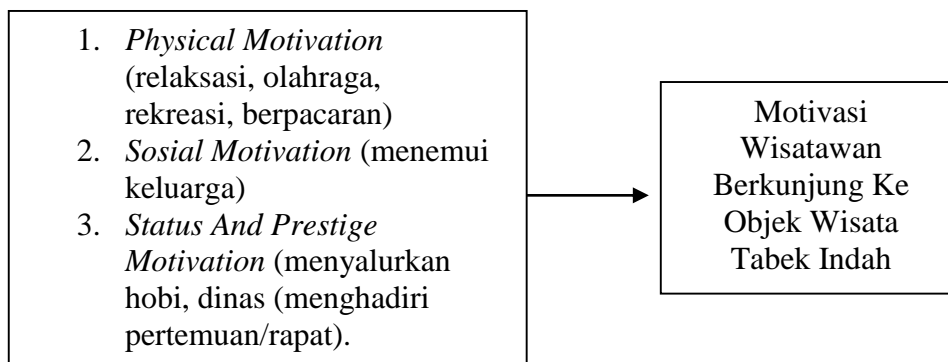
Objek Wisata Tabek Indah saat ini semakin diminati oleh wisatawan, hal ini dapat terlihat dari jumlah pengunjung yang meningkat. Potensi alam yang mendukung dengan panorama alam yang indah, udara sejuk, kondisi nyaman serta lokasi yang strategis menjadikan Tabek Indah semakin diminati oleh banyak wisatawan.

Pariwisata telah menjadi kebutuhan manusia seiring dengan perkembangan sosiokultur yang mengalami perubahan. Kebutuhan seseorang baik ditinjau dari segi psikologis maupun fisik, pada intinya tujuan wisatawan untuk berwisata adalah mendapat kesenangan dan kepuasan tersendiri bagi wisatawan. Dengan berwisata maka seseorang dapat memulihkan kembali

semangat (fisik dan mental), menghibur diri atau relaksasi, kesegaran pikiran serta dapat melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutinitas sehari-hari yang membosankan.

Pada umumnya wisatawan berkunjung ke suatu objek wisata itu sangat ditentukan oleh motivasi dan keinginan. Di mana motivasi merupakan penggerak atau pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dan memutuskan tempat yang akan dikunjungi. Motivasi seseorang dalam melakukan perjalanan sangat bervariasi, dan motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi. Adapun motivasi wisatawan yang terdiri dari *physical motivation*, *sosial motivation*, dan *status and prestige motivation* pada wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Tabek Indah.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

