

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Geografi

Merupakan ilmu yang mempelajari hubungan sebab akibat, gejala-gejala yang ada di muka bumi dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di muka bumi, baik fisik maupun yang menyangkut makhluk hidup beserta permasalahannya melalui pendekatan keruangan, ekologi, dan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan pembangunan (Bintarto, 1990: 45).

2. Pariwisata dan Kepariwisataan

Pengembangan sektor pariwisata merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, dan kultural (Selosoemardjan dalam Spillane 2000 : 133).

Pariwisata adalah: Segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata , termasuk penguasaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat yang ditujukan untuk menata kebutuhan perjalanan dan persinggahan (Chafid Fandeli 2001: 37,58).

Istilah wisata dan kepariwisataan sering digunakan dalam pengertian yang sama , kepariwisataan lebih menyangkut pada hal-hal yang berkaitan dengan pariwisata. Pariwisata (*tourism*) adalah perpindahan sementara orang-orang ke daerah tujuan diluar tempat kerja dan tempat tinggal sehari-harinya , kegiatan yang dilakukannya dan fasilitas yang digunakan ditujukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Sunardi Joyosuharto dalam Chafid Fandeli,2001: 47).

3. Geografi Pariwisata

Geografi yang berhubungan erat dengan pariwisata dengan segala kegiatan termasuk didalamnya perhotelan, restoran, toko cinderamata, transportasi, biro jasa perjalanan, tempat-tempat hiburan, objek wisata, atraksi budaya, dan lain-lain (Gamal Suwantoro,1997: 28).

Dalam mempelajari pariwisata, tidak bisa lepas dari manusia sebagai pelaku atau subyek dalam pariwisata. Oleh karena itu pariwisata dapat dikaji melalui sudut pandang geografi, khusus Geografi Pariwisata. Geografi Pariwisata sesuai dengan bidang dan lingkupnya, sasaran atau objek wisata, sehingga pembahasannya mendasarkan pada aspek keruangan yang dilakukan dengan melihat pada unsur, letak, batas, bentuk dan luas. Jika suatu objek terletak berdekatan dengan objek lain berarti objek tersebut mempunyai posisi yang baik. Dengan memperhatikan jarak antara potensi objek wisata ini maka akan mempunyai kemungkinan lebih mudah berkembang atau dikembangkan (Sujali , 1989 : 21).

4. Potensi Pariwisata

Potensi pariwisata merupakan segala hal dan keadaan yang diatur dan diselenggarakan. Sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kemampuan, faktor, dan unsur yang diperlukan dalam usaha dan pengembangan pariwisata baik berupa suasana, kejadian, benda, maupun jasa. (Nyoman S. Pendidit , 1994: 108).

Potensi pariwisata dapat berupa sumber daya alam yang beraneka ragam dari aspek fisik dan hayati serta kekayaan budaya yang dapat dikembangkan untuk pariwisata (Chafid Fandeli, 2001: 57).

5. Wisatawan

Wisatawan menurut G.A. Schmoll (dalam Oka A. Yoeti, 1983: 127) adalah individu atau kelompok individu yang mempertimbangkan dan merencanakan tenaga beli yang dimilikinya untuk perjalanan rekreasi dan berlibur yang tertarik pada perjalanan.

Lebih lanjut G.A. Schmoll menerangkan pada umumnya dengan memotivasi perjalanan yang pernah ia lakukan, menambah pengetahuan, tertarik oleh pelayanan yang diberikan oleh suatu daerah tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung di masa yang akan datang.

6. Prinsip Prinsip Dasar Pariwisata

Nyoman S. Pendit berpendapat terdapat beberapa unsur dasar pariwisata adalah meliputi:

1. Politik Pemerintah

Adalah sikap pemerintah terhadap kunjungan wisatawan ke negeri yang bersangkutan. Dalam hubungan ini, ada dua faktor penting yang terkait dengan politik pemerintah suatu Negara, yaitu faktor langsung adalah sikap pemerintah terhadap kunjungan wisatawan luar negeri, dan yang kedua adalah faktor tidak langsung, yaitu adanya situasi dan kondisi yang stabil dalam perkebangan politik, ekonomi serta keamanan dalam Negara itu sendiri.

2. Perasaan ingin tahu

Pada awalnya hakikat paling utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang terdalam, yang serba ingin mengetahui segala sesuatu selama hidup di dunia. Manusia ingin tahu segala sesuatu di dalam dan luar lingkungannya.

3. Sifat ramah tamah

Yaitu sikap setiap orang yang termasuk dalam elemen pariwisata diharapkan benar - benar ramah dan tamah terhadap semua pengunjung.

4. Jarak dan waktu (aksesibilitas)

Dalam pembangunan industri pariwisata yang harus menjadi perhatian khusus adalah waktu yang dihabiskan antara pelabuhan laut/ udara dan hotel tempat menginap menuju tempat wisata. Waktu inilah yang harus dipergunakan sebaik-baiknya dengan cepat, tepat, dan lancar yang kemudian dapat mengurangi jarak para wisatawan.

5. Atraksi

Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungidan dinilai disebut "atraksi", atau lazim disebut "objek wisata". Atraksi ini hadir secara natural maupun yang biasa berlangsung tiap harinya serta yang khusus diadakan pada waktu tertentu.

6. Akomodasi

Sebagai unsur yang dibutuhkan, akomodasi merupakan faktor yang sangat penting. Ia merupakan “rumah sementara” bagi sang wisatawan sejauh dan sepanjang perjalanannya membutuhkan serta mengharapkan kenyamanan, pelayanan yang baik, kebersihan sanitasi yang menjamin kesehatan serta hal-hal kebutuhan hidup sehari-hari yang layak dalam pergaulan dunia internasional.

7. Pengangkutan

Seperti halnya dengan akomodasi, faktor pengangkut dalam dunia pariwisata membutuhkan pula syarat-syarat tertentu, antara lain jalan yang baik, lalu-lintas yang lancar, alat angkut yang tercepat disertai dengan syarat-syarat secukupnya dalam bahasa asing yang lazim dipergunakan dalam pergaulan internasional.

8. Harga

Wisatawan pada umumnya bukanlah orang yang kaya raya, dan karenanya segala yang hendak dibeli ingin berharga murah. Jadi dalam menentukan harga-harga (ongkos transport, tiket, sewa hotel dan cinderamata) hendaknya tidak terlalu tinggi.

9. Publisitas dan Promosi

Publisitas dan promosi yang dimaksud disini adalah propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana atau program secara teratur dan kontinu. Publisitas dan promosi ini bertujuan untuk menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata ini baginya dan menarik wisatawan untuk datang.

10. Kesempatan belanja

Lazim pula dikatakan *Shopping* adalah kesempatan untuk membeli oleh-oleh atau souvenir untuk dibawa pulang ke rumah atau ke negaranya (Nyoman S. Pendid, 2006 : 11-26).

7. Kualitas Pelayanan Publik

Pelayanan umum atau publik adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui system, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya (Moenir, 1992: 27)

Terdapat lima indikator pelayanan publik,yaitu:

1. *Tangibles* atau kenampakan fisik, artinya kenampakan fisik dari gedung, peralatan, pegawai dan fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki oleh *providers*.
2. *Reliability* atau reliabilitas adalah kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat.
3. *Responsiveness* atau responsivitas adalah kerelaan untuk menolong *customers* dan menyelenggarakan secara ikhlas.
4. *Assurance* atau kepastian adalah pengetahuan dan kesopanan para pekerja dan kemampuan mereka dalam memberikan kepercayaan pada pelanggan.
5. *Empathy* adalah perilaku atau perhatian pribadi yang diberikan oleh *providers* kepada *customers*.(Zeithaml, Parasuraman dan Barry dalam Ratminto dan Winarsih, 2005 : 183)

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 1993 yang kemudian disempurnakan dengan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 tahun 2003 mendefinisikan pelayanan umum sebagai segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di Pusat, di Daerah dan di Lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, pelayanan publik adalah pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara Negara.

8. Prasarana dan Sarana

Menurut Oka A. Yoeti (1996 : 8) yang dimaksud dengan prasarana (*infrastructure*) adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga

dapat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi fungsinya adalah melengkapi sarana kepariwisataan sehingga dapat memberikan pelayanan sebagaimana mestinya. Dalam pengertian ini yang termasuk dalam prasarana adalah:

1. Prasarana umum (*General Infrastructure*)

Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan umum bagi kelancaran perekonomian. Adapun yang termasuk dalam kelompok ini adalah; sistem penyediaan air bersih, pembangkit tenaga listrik, jaringan jalan raya dan jembatan, kapal tambang (Ferry), kereta api, *airport*, pelabuhan dan stasiun serta telekomunikasi.

2. Kebutuhan masyarakat banyak (*Basic Needs of Civilized Life*)

Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan masyarakat banyak dan yang termasuk dalam kelompok ini adalah; rumah sakit, apotek, bank, kantor pos, pompa bensin, *administrations offices* (pemerintah umum, polisi, pengadilan, badan legislatif, dan sebagainya).

Moenir (1992 : 119) mengemukakan bahwa sarana adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga dalam rangka kepentingan yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja. Pengertian tersebut jelas memberi arah bahwa sarana dan prasarana adalah merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam suatu proses kegiatan baik alat tersebut adalah merupakan peralatan pembantu maupun peralatan utama, yang keduanya berfungsi untuk mewujudkan tujuan yang hendak dicapai.

Suatu obyek daya tarik wisata pada prinsipnya harus memenuhi tiga persyaratan berikut:

a. *Something to do* (ada yang dikerjakan)

Banyak yang dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi dan kesenangan (*amusements*) yang dapat membuat wisatawan tertarik untuk kembali atau betah lebih lama tinggal di objek wisata.

b. *Something to buy* (ada yang dibeli/suvenir)

Tersedia fasilitas belanja terutama barang-barang suvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal.

c. *Something to see* (ada yang dilihat)

Harus ada objek wisata yang berbeda dengan objek wisata yang lainnya (Oka A. Yoeti, 1993: 167).

9. Persepsi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (1991: 759), persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari suatu serapan, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Persepsi merupakan proses penerimaan arti terhadap lingkungannya oleh seorang individu (Gibson, James, 1982: 53), lebih lanjut Gibson menyatakan persepsi meliputi juga kognisi (pengetahuan), jadi persepsi mencakup penafsiran objek, tanda dan orang dari sudut pengalaman yang bersangkutan. Dengan kata lain, persepsi mencakup stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara yang dapat dipengaruhi

perilaku dan bentuk sikap. Maka pengertian dari persepsi terhadap pengorganisasian input, pengelolaan input, penafsiran input, dan menentukan sikap dan perilaku.

Menurut Miftah Thoha (1996: 81), faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap sesuatu berbeda antara orang satu dengan yang lainnya adalah:

- a. Faktor intern: Antara lain Perasaan, sikap, dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat dan motivasi dari individu.
- b. Faktor ekstern: Antara lain Latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebudayaan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerakan, hal-hal yang familiar atau ketidakasringan suatu obyek.

10. Taman Pintar

Taman Pintar adalah sebuah wahana sumber belajar dan teknologi non- formal bagi anak-anak dan masyarakat umum dalam suasana yang menyenangkan. Serta tidak terlepas dari nilai-nilai kearifan lokal Yogyakarta. Secara garis besar materi isi Taman Pintar terbagi menurut kelompok usia dan penekanan materi. Konsep materi isi disusun dalam bentuk sub – sub tema sekaligus zonasi ruang untuk kemudian diwujudkan

dalam bentuk wahana sebagai media untuk menyampaikan materi yang terkandung. Misi Taman Pintar adalah menumbuhkan minat anak dan generasi muda terhadap sains melalui imajinasi, percobaan dan permainan dalam rangka pengembangan sumberdaya manusia Indonesia yang berkualitas. (Brosur Taman Pintar, 2011 : 1)

Wahana tersebut dibagi menjadi beberapa kategori,yaitu:

a. *Playground*

Sebagai ruang publik dan penyambutan bagi pengunjung Taman Pintar. Menyediakan berbagai wahana dan peralatan peraga yang menyenangkan bagi anak dan keluarga. Dapat diakses secara cuma-cuma/gratis.

b. Gedung Oval-Kotak

Menampilkan berbagai wahana dan peralatan peraga berbasis edukasi sains yang menyenangkan dan dapat diperagakan oleh pengunjung. Dapat diakses oleh semua lapisan pengunjung, anak usia sekolah, guru, akademisi dan sebagainya.

c. Gedung Memorabilia

Menampilkan peralatan peraga yang berbasis dari pengetahuan sejarah Indonesia, yaitu sejarah Kraton Kesultanan dan Paku Alaman Yogyakarta, Tokoh-tokoh Pendidikan, dan Tokoh-tokoh Presiden RI, dari presiden yang pertama hingga saat ini.

d. Gedung PAUD Barat dan Timur

Menyediakan peralatan peraga dan permainan edukasi bagi anak-anak, khususnya usia 2 - 7 tahun.(Brosur Taman Pintar, 2011 : 3)

Sejumlah upaya untuk peningkatan jumlah kunjungan telah dilakukan, diantaranya menambah wahana baru. Pada tahun 2009 Taman Pintar menambah koleksi wahana dengan bekerja sama dengan SGM membangun miniature pabrik. Pembangunan ini diharapkan memberi pemahaman kepada wisatawan bagaimana proses pengolahan susu. Di dalam Wahana *Mini Plant* yang berukuran 5,8 x 8,5 meter persegi ini pengunjung dapat melihat secara langsung tahapan-tahapan proses pengolahan susu formula dari tahap pemerasan susu hingga produk jadi dan siap didistribusikan. Wahana ini terletak di Gedung Kotak Lantai II Taman Pintar Yogyakarta disponsori oleh PT. Sari Husada Tbk. Selain itu, wahana otomotif juga hadir di tahun yang sama yaitu Zona Teknologi Otomotif Roda Dua. Zona ini dimaksudkan agar masyarakat mendapatkan edukasi tentang teknologi sepeda motor yang ramah lingkungan dan sosialisasi kegiatan *safety riding*. Zona ini berkerjasama dengan PT Astra Honda Motor (Administrator, www.tamanpintar.com. Rabu, 21 April 2010)

Bulan Juni tahun 2010 Taman Pintar bersama PT. Astra Argo Lestari Tbk berupaya untuk memperbarui zona edukasi yang dimiliki dengan membangun Zona Agro yang terletak di Gedung Kotak lantai II. Zona Agro di Taman Pintar Yogyakarta dibagi menjadi dua bagian utama yaitu bagian dalam yang bernuansa kebun kelapa sawit dan bagian luar yang diisi dengan media interaktif. Memasuki bagian dalam, pengunjung akan bisa merasakan nuansa di dalam kebun sawit di mana terdapat replika pohon dan buah sawit, replika angkong (alat untuk mengangkut buah sawit), dan replika burung hantu. Melalui media interaktif, pengunjung diajak untuk melihat video proses penggerjaan dalam perkebunan kelapa sawit mulai dari pembukaan lahan, penamanan, panen, proses produksi di pabrik kelapa sawit, hingga pengiriman CPO. Juga ada kuis interaktif mengenai industri dan morfologi tanaman kelapa sawit (Administrator, www.tamanpintar.com. Selasa, 22 Juni 2010)

Sementara pada bulan September tahun 2010 di *Food Court* Taman Pintar ditambahkan fasilitas *Hotspot* dan Taman *Water Feature*. Tersedianya fasilitas *Hotspot* dan Taman *Water Feature* di *Food Court* Taman Pintar ini diharapkan dapat menambah kenyamanan pengunjung dalam menikmati makanan sambil melakukan kegiatan *browsing internet* melalui fasilitas *hotspot*. Fasilitas ini merupakan hasil kerjasama dan dukungan dari Bank BPD DIY (Administrator, www.tamanpintar.com. Kamis, 16 September 2010)

Bulan Oktober tahun 2010 Taman Pintar menambahkan alat peraga listrik yang bertempat di area *Playground* dan Gedung Oval lantai II Taman Pintar Yogyakarta. Peraga Listrik Tenaga Matahari merupakan hasil kerjasama antara Pemerintah Kota Yogyakarta dengan Asosiasi Kontraktor Listrik (AKLI) DPD Propinsi DI. Yogyakarta. Peraga Listrik Tenaga Matahari tersebut, dikemas sedemikian rupa sehingga berpenampilan menarik, juga edukatif dan interaktif dengan tujuan merangsang rasa keingintahuan dan membuka cakrawala pengetahuan generasi muda Indonesia mengenai pembangkit tenaga listrik yang berbasis pada teknologi sumber energi terbarukan. Diharapkan dengan adanya alat peraga ini, dapat mendorong generasi muda Indonesia untuk melakukan inovasi-inovasi lainnya di bidang kelistrikan yang dapat bermanfaat bagi kehidupan manusia di masa yang akan datang (Administrator, www.tamanpintar.com. Rabu, 20 Oktober 2010)

Bulan Maret tahun 2011 Taman Pintar berkerjasama dengan PT. Tirta Investama membangun zona baru, yaitu Zona air untuk kehidupan, bertempat di Gedung Kotak lantai II. Bulan Juli tahun 2011 Taman Pintar kembali menambah koleksi wahananya yang berkerjasama dengan PT Toyota Astra Motor. Wahana ini bernama Zona Otomotif Roda empat. Wahana pembelajaran otomotif ini tersedia agar wisatawan memahami sejarah industri otomotif, proses industri dan cara kerja kendaraan serta pengembangan teknologi otomotif di masa depan. Zona lain yang terbaru adalah Zona Nuklir yang diresmikan pada bulan Oktober tahun 2011 yang

didukung oleh Badan Tenaga Nuklir Nasional (BATAN). Zona ini memberikan edukasi kepada wisatawan tentang energi nuklir sebagai cadangan energi di bumi (Administrator, www.tamanpintar.com. Selasa, 01 Maret 2011)

B. Penelitian yang Relevan

1. Christina Windartiningsih (Pendidikan Geografi, FIS UNY)
Skripsi tahun 2009, judul: Tanggapan Wisatawan Terhadap Obyek Wisata Kampoeng Kopi Banaran di Kecamatan Bawean Kabupaten Semarang, Jawa Tengah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar dari wisatawan juga memberikan tanggapan yang positif terhadap obyek wisata beserta prasarana dan sarananya. Wisatawan juga menyatakan aksesibilitas dan sarana transportasi menuju ke obyek wisata sangat baik. Wisatawan berharap penambahan sarana belanja dan penginapan.

2. Murhanjati (Pendidikan Geografi, FIS UNY)
Skripsi tahun 2008, judul: Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Keberadaan Pedagang Kaki Lima di Malioboro, Yogyakarta.

Wisatawan menyatakan ruang gerak pejalan kaki menjadi sempit. Sedangkan untuk harga barang yang dijajakan bervariasi namun relatif mahal. Dalam pelayanan, dinilai ramah terhadap pembelinya sehingga pebeli merasa senang.

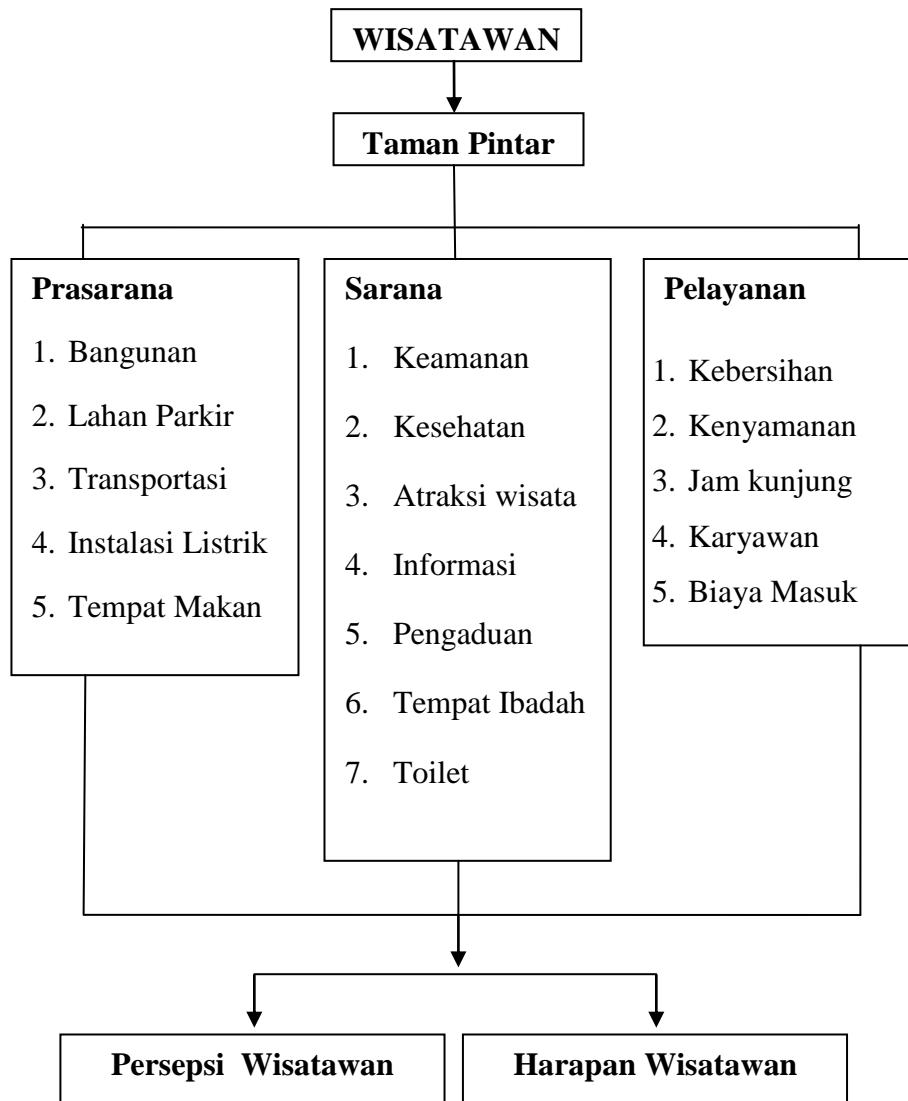
C. Kerangka Berfikir

Daya tarik yang terdapat di kawasan Taman Pintar merupakan keunikan tersendiri yang dimiliki Yogyakarta. Keunikan itulah yang membuat para wisatawan tertarik untuk mengunjunginya. Daya tarik Taman Pintar meliputi pelayanan , atraksi, prasarana dan sarana serta aksesibilitas. Prasarana antara lain meliputi gedung yang memadai, keamanan, tempat parkir, taman bermain *out door* (*Playground*). Sarana meliputi alat-alat peraga sains di setiap zona permainan, pembangkit listrik dan tempat makan dan lain-lain. Pelayanan meliputi sikap pegawai dan karyawan Taman Pintar dalam melayani pengunjung.

Taman Pintar Yogyakarta sebagai sebuah kantor publik yang bergerak pada bidang jasa pelayanan seharusnya mampu memberikan pelayanan yang memuaskan pengunjung yang berbasis pada mutu dari pelayanan dan prasarana serta sarana berorientasi pada tanggapan pengunjung dan pemenuhan standar pelayanan. Tanggapan yang dimaksud dalam penelitian ini terfokus pada tanggapan wisatawan terhadap prasarana dan sarana wisata yang terdiri dari jenis prasarana dan sarana, bagaimana kondisi, cara penyajian dan tingkat keamanan dari prasarana dan sarana tersebut. Tanggapan juga ditujukan pada pelayanan yang diberikan oleh pegawai dan karyawan kepada pengunjung, seperti: pengetahuan, keramahan dan kesopanan serta perhatian. Pengetahuan dimasukkan karena Taman Pintar sebagai sebuah wisata pendidikan yang

berbasis sains, pegawai khususnya yang bertugas sebagai pemandu alat peraga haruslah mampu memberi keterangan yang benar.

Tanggapan dalam hal ini merupakan persepsi puas ataupun tidak puas mengenai sejumlah aspek pelayanan, prasarana dan sarana yang ada sesuai dengan indikator pelayanan publik. Pelayanan tersebut meliputi *Tangibles, Reliability, Responsiveness ,Assurance, empahty*. Pengunjung akan merasa terpuaskan jika kualitas pelayanan dan prasarana serta sarana sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Garis besar alur dalam penelitian ini dapat dituangkan secara sistematis dalam sebuah bagan. Berikut disajikan alur pola pikir penelitian untuk menjelaskan pola pikir dalam penelitian.



Gambar 1 : Alur Kerangka Berfikir