

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Studi Pustaka**

Fasilitas dan layanan pada kawasan pariwisata merupakan faktor penting dalam suatu kawasan wisata untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara, memadai atau tidak memadainya pelayanan dan fasilitas penunjang di kawasan pariwisata sangat berdampak bagi minat kunjungan bagi wisatawan. Fasilitas dan layanan yang baik mampu mendukung terciptanya rasa nyaman, aman dan adanya kemudahan bagi wisatawan yang akan mengunjungi suatu kawasan wisata atau destinasi wisata. Industri pariwisata di Indonesia mampu menunjang perekonomian di suatu daerah, oleh karena itu diperlukan pengembangan yang lebih baik terhadap fasilitas serta layanan kawasan wisata suatu daerah dengan cara memperbaiki fasilitas dan layanan yang dirasa kurang. Banyak ditemukan kawasan wisata yang dirasa belum memiliki layanan dan fasilitas umum yang baik, sehingga menimbulkan rasa ketidaknyamanan bagi wisatawan. Beberapa kawasan wisata sudah memiliki fasilitas pendukung, namun diabaikan begitu saja serta tidak adanya perawatan yang baik, padahal apabila fasilitas yang disediakan suatu kawasan lengkap dan terawat maka mampu menciptakan rasa aman dan nyaman saat mengunjungi kawasan wisata saat berlibur.

Penerapan teori persepsi individu untuk pengembangan pariwisata dengan riwayat perjalanan dilakukan karena dianggap efektif dalam pengembangan kawasan wisata. *Travel Use History* (TUH) merupakan prediktor yang nantinya dapat digunakan sebagai landasan pengembangan kawasan wisata, pendekatan *Travel Use History* menjelaskan sikap individu pada pengembangan pariwisata berdasarkan pengalaman yang telah dialami dalam bentuk sosiodemografi, sosioekonomi, dan pengalaman yang telah dirasakan. Seseorang yang sering melakukan kunjungan pariwisata akan memiliki sudut pandang lebih maju untuk mendukung dan berkontribusi dalam pengembangan kawasan wisata dibandingkan orang yang jarang melakukan kunjungan wisata.

Pemanfaatan *Travel Use History* mampu mendeskripsikan bagaimana seseorang memandang suatu kawasan wisata sesuai dengan status sosialnya, *Travel Use History* diukur berdasarkan tujuan wisata dan jumlah perjalanan yang dilakukan seseorang, yang nantinya memunculkan empati dan introspektif yang dapat dipertimbangkan untuk merumuskan perspektif positif maupun negatif tentang pariwisata (Woosnam dkk., 2018)

Kontribusi masyarakat dalam industri pariwisata dianggap penting karena anggota masyarakat sangat berpengaruh dalam penentuan ketetapan pembangunan pengembangan pariwisata, industri pariwisata diakui menjadi industri yang paling menguntungkan terhadap produk domestik bruto. Gagasan meningkatkan kesadaran dalam pengembangan pariwisata menjadi pembahasan bagi negara maju, akan tetapi menghadapi beberapa kendala seperti yang terjadi di *Resort* di Bergvillage, Afrika Selatan. Penelitian yang menggunakan studi kualitatif ditujukan pada masyarakat dan *resort* yang berada di sekitar kawasan pariwisata menghasilkan bahwa terdapat berbagai tantangan yang menghambat kontribusi masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata yang meliputi kesadaran, sumber informasi, monopoli sumber daya pemerintah, kepemimpinan yang kurang dinamis dan korupsi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapatkan bahwa keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang mengakibatkan masyarakat yang berputus asa untuk berkontribusi dalam pengembangan pariwisata sehingga masyarakat tidak mengetahui manfaat pengembangan pariwisata. Masyarakat yang berada di kawasan pariwisata beranggapan bahwa kegiatan wisata hanya untuk orang-orang elit, oleh karena itu, otoritas masyarakat perlu memberikan kesempatan dan pembekalan kepada masyarakat melalui pendidikan bisnis untuk memberdayakan ekonomi dan disertai keterampilan yang seharusnya dimiliki, upaya pemberdayaan masyarakat akan membantu ketika masyarakat berpartisipasi untuk mengambil keputusan untuk pengembangan pariwisata karena mereka memiliki bekal informasi dan termotivasi (Chili & Ngxongo, 2017).

Pada pengembangan kawasan pariwisata sarana serta prasarana yang disediakan dalam kawasan wisata menjadi penunjang dalam proses pengembangan pariwisata. Perkembangan industri pariwisata menjadi fenomena menarik walaupun pariwisata dianggap sebagai salah satu faktor sensitif terhadap perubahan yang kemungkinan terjadi dari segi aspek internal dan eksternal yang dapat berpengaruh terhadap minat wisatawan dalam berkunjung untuk mengunjungi suatu wilayah, provinsi, daerah ataupun suatu negara, karena berdampak terhadap sosial, budaya dan ekonomi. Sarana dan prasarana menjadi salah satu komponen utama dalam kesisteman pariwisata yang menyukseskan industri pariwisata yang perlu mendapatkan perhatian. Tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengelolaan sarana dan prasarana dan *layout* dengan menentukan sampel yang diambil dari populasi yang ada di kawasan pariwisata, didapatkan rata-rata tanggapan responden 3.5346 yang menunjukkan bahwa *layout* pengelolaan sarana dan prasarana dianggap baik dan tanggapan responden terhadap objek wisata sebesar 3.6346 yang dapat diartikan masuk ke dalam kategori baik. Peranan *layout* dan sarana dan prasarana membutuhkan perhatian khusus untuk menghasilkan output yang berkualitas tinggi (Kalangi dkk., 2016).

Penelitian yang fokus pada analisis dan identifikasi peluang yang ada dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat kreatif berdasarkan potensi yang dimiliki. Melakukan analisis data dan merangkai dari data primer dan sekunder secara sistematis untuk menciptakan konsep pariwisata kreatif dengan mengupayakan pengembangan zona-zona kreatif yang ada di suatu wilayah. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pengumpulan data. primer, pengumpulan data sekunder dan teknis analisis data. Berdasarkan penelitian yang dilakukan ditemukan permasalahan dalam hal infrastruktur, perluasan wisata, pengembangan destinasi, kelembagaan dan sumber daya manusia. Perkembangan pariwisata yang semakin kompetitif oleh karena itu, dibutuhkan pengembangan untuk meningkatkan potensi wisata regional, nasional bahkan internasional. Bintang banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara dengan persentase 80% dengan persentase

domestic 20%. dengan keadaan tersebut menjadi peluang untuk meningkatkan minat kunjungan bagi wisatawan. Titik fokus penelitian adalah mengharapkan kekuatan budaya yang dimiliki Bintang mampu meningkatkan minat kunjungan, melakukan peningkatan wisata berbasis masyarakat lokal yang berkualitas dan mengembangkan konsep berkelanjutan untuk memberdayakan masyarakat yang bertanggung jawab sehingga mampu memaksimalkan benefit bagi masyarakat lokal (Prakoso & Lima, 2019).

Masalah utama dalam sektor pariwisata untuk pengembangan sumber daya alam yang kurang maksimal dalam penggalian potensi yang dimiliki suatu wilayah. Penelitian ini menggunakan *PEST Analysis Model* untuk identifikasi perkembangan potensi yang dimiliki pada suatu wilayah menggunakan *content analysis*. Berdasarkan hasil penelitian yang diketahui bahwa faktor politik, sosial, ekonomi, budaya serta teknologi memiliki pengaruh terhadap pengembangan wisata untuk jangka panjang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menghasilkan dua saran rekomendasi dari peneliti yang pertama disarankan untuk secepatnya membuat badan satuan tugas percepatan pariwisata kabupaten lingga yang bertujuan untuk mengawasi oknum yang mengambil keuntungan pribadi, oknum yang ingin menggagalkan dan merusak pariwisata di Pulau Benan tanpa izin, rekomendasi yang kedua dengan memperkuat *collaborative governance* untuk mempersingkat pembangunan infrastruktur agar bisa diajukan pada pemerintah untuk mempersiapkan upaya pengembangan dalam jangka panjang . Peran pemerintah pusat diperlukan dalam proses pengembangan dan pembangunan wisata (Mahadiansar & Asparyana, 2020).

Pariwisata menjadi bidang potensial apabila dikembangkan dengan baik, dianggap memberikan dampak positif bagi aktivitas perekonomian di suatu daerah dengan adanya potensi wilayah sebagai kawasan pariwisata mampu memunculkan usaha yang nantinya dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Program pemerintahan mengacu pada *Community Based Tourism (CBT)* yang merupakan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. *Community Based Tourism (CBT)* merupakan strategi pengembangan masyarakat melalui kemandirian,

konservasi keberlanjutan, pemberdayaan dan peningkatan budaya untuk menciptakan mata pencaharian yang baik bagi masyarakat sekitar. Penelitian yang dilakukan di kawasan wisata Taman Tebing Breksi bertujuan untuk menganalisis faktor keberhasilan dalam pengelolaan Taman Breksi dengan konsep *Community Based Tourism (CBT)* dilakukan menggunakan metode deskriptif yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang nantinya data yang dikumpulkan dengan melakukan studi literatur dan wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terkait. Pengolahan data menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* serta *Customer Satisfaction Index (CSI)*. *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan persepsi pengunjung dan peningkatan kualitas jasa atau suatu produk, dan *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk mengetahui seberapa puas pengunjung terhadap layanan dan jasa yang disediakan. Hasil pengolahan data didapatkan 71.83% nilai kepuasan responden, yang diartikan bahwa pengunjung merasa puas dengan faktor faktor yang ada didapatkan preferensi dari pengunjung yaitu terdapat beberapa fasilitas yang perlu ditambah seperti kegiatan wisata kesenian dan pengadaan *ATM center* di sekitar kawasan wisata (Nurwanto, 2020).

Tempat wisata memiliki program yang seharusnya diperbarui untuk memudahkan pengunjung dan meningkatkan rasa nyaman bagi pengunjung yang mendatangi suatu kawasan wisata. Penelitian yang telah dilakukan di Minahasa termasuk dalam penelitian asosiatif dengan tujuan untuk mengetahui variabel terhadap independen. Pengunjung yang mengunjungi Sumaru Endo di hari libur menjadi populasi utama penelitian, berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa bukti fisik ditunjukkan dengan adanya fasilitas dan sumber daya manusia untuk melayani pengunjung menentukan *feedback* dari pengunjung yang baik. Didapatkan kesimpulan dari penelitian bahwa objek wisata Sumaru Endo Romboken memerlukan perbaikan bangunan dengan pengecatan ulang bangunan dan menjaga fasilitas yang tersedia, dengan cara memperbaiki fasilitas yang rusak (Massie dkk., 2016).

Kualitas pelayanan dari segi pelayanan *staff*, fasilitas sarana dan prasarana menjadi faktor dominan yang sangat mempengaruhi kepuasan pengunjung yang mendatangi suatu objek wisata. Penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode kualitatif dan menggunakan analisis linear berganda, kualitas pelayanan menjadi variabel yang tinggi mempengaruhi kepuasan wisatawan, fasilitas dan kualitas produk pariwisata menjadi variabel kedua tertinggi yang mempengaruhi kepuasan wisatawan sedangkan daya tarik dan objek pariwisata dalam penelitian ini tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung dan berhubungan negatif dengan kepuasan pengunjung (Kalebos, 2016).

Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan pengunjung saat berwisata di Tanjung Bira termasuk dalam jenis penelitian deskriptif dengan instrumen penelitian dokumentasi, angket dan observasi yang kemudian dianalisis menggunakan persentase dari hasil yang didapat. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kepuasan pengunjung yang paling tinggi sebesar 53.33% sedangkan yang masuk ke kategori sedang didapatkan 46.67%. perlu adanya peningkatan pelayanan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, pihak pemerintah juga diharapkan gencar untuk mempromosikan kawasan wisata, dan bagi pengelola dan pemilik kawasan wisata diharapkan dapat memperhatikan sarana yang tersedia karena hal tersebut juga mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung rasakan (Syukrannisa, 2019).

Akademi Komunitas Negeri Pelalawan (AKNP) memerlukan sistem informasi mampu mempermudah pengelolaan data yang berkaitan dengan kepegawaian sehingga data yang disimpan mampu dikelola dengan baik. Oleh karena itu, dilakukan penelitian mengenai pelayanan fungsionalitas sistem yang dianalisis dengan model Kano, dilakukan pengambilan data kuesioner berdasarkan fungsionalitas yang disebar pada pengguna fitur yang tersedia sebanyak 24 orang, dari hasil pengolahan data didapatkan kategori *One Dimensional* yang dapat disimpulkan bahwa fitur yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan kinerja sistem. Oleh karena itu, perlu adanya upaya perbaikan dalam penambahan fitur yang mampu menambah daya tarik sistem informasi terhadap pengguna (Rahmayuni dkk., 2016).

Kurangnya sumber daya manusia menjadi tantangan khusus bagi wilayah yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata, penelitian yang dilakukan di pangalengan bertujuan untuk mengidentifikasi potensi masyarakat untuk mengelola pembangunan pariwisata dan pembangunan desa dengan konsep pemberdayaan masyarakat. Pengumpulan data menggunakan tiga cara yaitu, melakukan *in depth interview*, observasi penelitian untuk mengetahui kegiatan masyarakat dan melihat perilaku masyarakat yang didokumentasikan sebagai data fisik, dan yang terakhir adalah studi pustaka yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara detail sesuai dengan penelitian. Data yang sudah didapat nantinya diolah dengan teknik analisis interaktif terdiri dari tiga tahapan, yaitu data *condensation*, data *display* yang dilakukan tahap penarikan kesimpulan, analisis data menggunakan Teknik deskriptif kualitatif dan narasi (Kurniawan, 2020).

Suatu wilayah yang berada di kabupaten Minahasa Utara memiliki peluang sebagai kawasan wisata yang mampu menunjang pengembangan daerah, masalah yang dihadapi pada setiap wilayah biasanya adalah pengelolaan yang kurang baik, pemberdayaan masyarakat yang kurang kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk untuk menunjang kesejahteraan ekonomi dan kurangnya partisipasi pemerintah masyarakat. Tahapan pertama penelitian ini adalah melakukan identifikasi SWOT setiap kawasan wisata yang ada, kemudian dilanjutkan dengan analisis EFAS dan IFAS dilanjutkan menentukan strategi dengan matriks SWOT atau TWOS yang nantinya menghasilkan indikator dan implementasi di setiap destinasi wisata (Kiolol dkk., 2019).

Industri yang bergerak di industri pertenunan kain sutera membutuhkan observasi dari pelanggan untuk mengetahui apa saja yang diperbaiki, tujuan penelitian untuk mengetahui indikator kepuasan pelanggan yang sangat berpengaruh terhadap grafik kepuasan. Metode yang digunakan adalah Model Kano dan *Quality Function Deployment*, Model Kano berguna untuk menganalisa dan mengelompokan atribut kualitas atribut dari kualitas produk, sedangkan *Quality Function Deployment* digunakan untuk mengembangkan serta merencanakan secara terstruktur dan efisien.

Hasil yang didapatkan dari metode Kano yang paling diprioritaskan adalah *Must Be* dan *One Dimensional*, kemudian yang didapatkan dari analisa QFD perlu dilakukan untuk memperbaiki kualitas pada produk IKM dengan tujuan melaksanakan respon teknikal dan skala prioritas sesuai dengan tingkat kepentingan absolut dan relatif (Rauf dkk., 2018). Secara umum, posisi penelitian-penelitian tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1.



Tabel 2.1 Posisi Penelitian

No	Peneliti	Variabel	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan				
		Servqual	SWOT	PEST Analysis Model	Model Kano	QFD	Observasi
1	Woosnam dkk., 2018	v					v
2	Chili & Ngxongo, 2017	v					v
3	(Kalangi dkk., 2016)	v					v
4	Prakoso & Lima, 2019	v	v				
5	Mahadiansar & Aspariyana, 2020	v		v			
6	Nurwanto, 2020	v					v
7	Massie dkk., 2016	v					
8	Kalebos, 2016	v					v
9	Syukrannisa, 2019	v					v
10	Rahmayuni dkk., 2016	v			v		v
11	Nawangsari dkk., 2018	v				v	v
12	A. R. Kurniawan, 2020	v	v				v
13	Kiolol dkk., 2019	v					v
14	Rauf dkk., 2018				v		v
15	Mohammad Dolla.,2022				v		v

Berdasarkan Tabel 2.1 peneliti menggunakan metode Kano, perbedaan dari penelitian sebelumnya metode Kano digunakan untuk meneliti kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan, dengan menggunakan variabel *servqual* sebagai penentu atribut pernyataan. Oleh karena itu, pada penelitian yang berfokus pada fasilitas dan sarana disajikan dengan variabel dan atribut yang dievaluasi berdasarkan *tourist attraction* sebagai variabel yang digunakan untuk menentukan pernyataan kuesioner. *Tourist Attraction*, meliputi aksesibilitas (*accessibility*), amenitas wisata (*amenity*), atraksi wisata (*attraction*), dan pelayanan tambahan (*ancillary*). Hal ini terjadi karena menyesuaikan dengan ruang lingkup penelitian.

## **2.2. Dasar Teori**

### **2.2.1. Kawasan Wisata**

Suatu objek wisata atau kawasan wisata adalah sesuatu yang ada di suatu wilayah yang menjadi tujuan wisata dan memiliki daya tarik agar orang datang di tempat atau wilayah pada suatu daerah. Potensi alam serta budaya menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan oleh karena itu, diperlukan fasilitas pendukung infrastruktur sarana serta prasarana di suatu kawasan wisata.

Pariwisata menjadi sumber devisa bagi Indonesia, karena Indonesia kaya akan berbagai jenis wisata seperti, wisata budaya, wisata alam dan wisata sosial yang beraneka ragam dari Sabang sampai Merauke bahkan Indonesia memiliki banyak sekali peninggalan sejarah dan keanekaragaman seni dan adat, sehingga sangat menarik untuk dikunjungi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara (Lase dkk., 2018).

### **2.2.2. Potensi Wisata (*Tourist Attraction*)**

Potensi wisata yaitu sesuatu yang beraneka ragam dimiliki wilayah sehingga menjadi tujuan wisata, memiliki daya tarik sehingga mampu digunakan sebagai industri pariwisata suatu daerah yang dimanfaatkan sumberdaya alamnya, pembangunan, dan hasil keterampilan penduduk yang berada di kawasan berpotensi pariwisata (Firawan & Suryawan, 2016). Potensi wisata masuk ke dalam tiga kategori sebagai berikut (Fadjarajani dkk., 2021):

#### **1. Potensi alam**

Potensi alam yaitu suatu keadaan keanekaragaman flora dan fauna yang dimiliki suatu wilayah

#### **2. Potensi Budaya**

Potensi budaya merupakan hasil karya yang menjadi ciri khas berupa, adat istiadat, kesenian kerajinan tangan, dan rasa.

#### **3. Potensi Manusia**

Potensi manusia menjadi daya tarik wisata, melalui pementasan pertunjukan budaya di suatu wilayah.

### 2.2.3. Atraksi Wisata (*Tourist Attraction*)

Potensi wisata merupakan berbagai sumber daya yang dimiliki pada suatu kawasan yang dapat ditingkatkan menjadi atraksi wisata (*tourist attraction*) yang digunakan pada kepentingan ekonomi melalui aspek-aspek pendukung lainnya (Nawangsari dkk., 2018). Potensi kawasan wisata dikenal dengan dengan konsep A4 digunakan untuk mengetahui potensi yang dimiliki, konsep A4 terdiri dari *Accessibility*, *Amenity*, *Attraction*, *Ancillary*. Berikut penjelasan mengenai A4:

#### 1. Aksesibilitas Wisata (*Accessibility*)

Aksesibilitas wisata merupakan sarana kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai lokasi tempat wisata, aksesibilitas meliputi rute perjalanan, data wisata, waktu menuju lokasi wisata, biaya, dan kemudahan akses transportasi.

#### 2. Amenitas Wisata (*Amenity*)

Amenitas merupakan ketersediaan fasilitas untuk menunjang kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan seperti tempat ibadah, restoran, bank, toko cinderamata, kantor informasi, fasilitas kesehatan dan fasilitas keamanan.

#### 3. Atraksi Wisata (*Attraction*)

Atraksi wisata adalah daya tarik budaya, keindahan alam, serta *event* yang mampu menarik minat kunjungan bagi wisatawan.

#### 4. Pelayanan Tambahan Wisata (*Ancillary*)

Adanya fasilitas pendukung yang ada di kawasan wisata yang mudah diakses mampu meningkatkan minat berkunjung bagi wisatawan (Setiawan, 2015).

### 2.2.4. Pengembangan Wisata

Perkembangan sektor pariwisata menjadi sebuah industri yang mampu menimbulkan dampak yang bermanfaat bagi warga yang bertempat tinggal di sekitaran kawasan wisata dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Industri pariwisata mampu mengubah kesejahteraan banyak orang dengan cara meningkatkan pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja, mempercepat pembangunan, memperkuat toleransi dan mengurangi kemiskinan (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menyebutkan bahwa salah satu tujuan dari kepariwisataan adalah meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan rakyat (Basri, 2019). Pembangunan pariwisata mampu menghasilkan keuntungan dalam bentuk materil yang bisa digunakan untuk pemeliharaan, pelestarian budaya dan lingkungan. Tiga prinsip utama dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan:

1. *Ecological Sustainability*

Merupakan pengembangan kawasan wisata yang dilakukan menyesuaikan dengan biologi, keragaman dan ekologi di suatu kawasan wisata.

2. *Social and Cultural Sustainability*

Merupakan upaya mengembangkan yang berdampak baik bagi lingkungan sekitar serta menyesuaikan terhadap budaya dan nilai-nilai yang berlaku pada lingkungan tersebut.

3. *Economic Sustainability*

Merupakan pengembangan ekonomi yang mampu menyesuaikan efisiensi secara sehingga dapat bertahan lama, disusun, direncanakan dan dikembangkan secara terintegrasi (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) adalah pelaku sektor kepariwisataan. Proses pengembangan wisata membutuhkan kerjasama dari pihak masyarakat, swasta, dan pemerintah sesuai dengan otoritasnya. Pemerintah selaku penyedia menjadi peran penting proses pembuatan gagasan serta penentu kebijakan berkaitan dengan pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata.

Daya tarik kawasan wisata adalah mata rantai terpenting pada kegiatan wisata, sebab faktor utama yang menarik minat wisatawan datang adalah keunikan yang ada di kawasan tersebut (Devy & Soemarto, 2017). Berikut 5 (lima) pendekatan proses pengembangan pariwisata, antarlain:

a. *Booster Approach*

*Booster Approach* merupakan pendekatan sederhana yang menunjukkan adanya dampak positif pariwisata bagi suatu wilayah beserta penghuninya.

Pendekatan ini tidak melibatkan masyarakat yang ada di kawasan wisata dan tidak mempertimbangkan daya dukung masyarakat.

*b. The economic Industry Approach*

*The economic industry approach* merupakan strategi perkembangan pariwisata yang mengedepankan tujuan perekonomian dari pada tujuan ekonomi dan sosial. Mengutamakan kepuasan wisatawan sebagai fokus utama.

*c. The Physical Spatial Approach*

*The Physical spatial approach* merupakan pendekatan pengembangan wisata berdasarkan penggunaan lahan dan letak wilayah secara strategi dengan menggunakan prinsip keruangan (spasial).

*d. The Community Approach*

*The community approach* mengutamakan keterlibatan masyarakat semaksimal mungkin untuk ikut serta dalam proses pengembangan pariwisata.

*e. Sustainable Approach*

*Sustainable approach* merupakan pengembangan pariwisata yang fokus terhadap aspek yang keberlanjutan dalam jangka panjang, mengutamakan kepentingan masa depan meliputi dampak pembangunan ekonomi terhadap lingkungan dan sumber daya (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

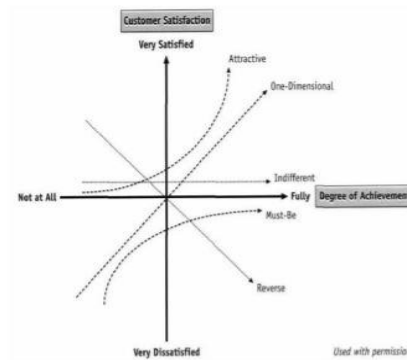
### **2.2.5. Sarana Prasarana**

Sarana dan prasarana wisata di suatu wilayah yang memiliki objek wisata sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kualitas pelayanan yang diberikan, mengacu kepada kepuasan wisatawan yang merasakan fasilitas sarana dan prasarana. Sistem pengelolaan pariwisata yang baik memerlukan perhatian agar mampu memaksimalkan dampak positif sehingga mengurangi dampak negatif yang timbul pada kawasan wisata (Septiawan & Indrawati, 2021).

### **2.2.6. Model Kano**

Model Kano adalah suatu model yang digunakan untuk mengetahui atribut dari jasa atau produk untuk mengetahui tingkat kepuasan persepsi pelanggan yang

dikembangkan oleh Profesor Noriaki Kano dari Universitas Tokyo (Mustakim & Anggraeni, 2016). Berikut pada Gambar 2.1 merupakan Diagram model Kano.



Gambar 2.1 Model Kano  
Sumber: *The Kano Model, 2002*

Penggunaan model Kano mampu mengetahui kepuasan dan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Sumbu *horizontal* pada model Kano mampu menjelaskan seberapa baik jasa atau produk dari pelaku industri yang memenuhi tingkat kepuasan pelanggan kepada jasa atau produk yang diberikan. Berikut dimensi kualitas pelayanan jasa:

1. Bukti langsung (*Tangibles*)

Bukti langsung atau *tangibles* adalah kemampuan pelaku penyedia jasa untuk menciptakan citra baik kepada pihak eksternal.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan atau *Reliability* yaitu kepiawaian penyedia jasa atau layanan memberikan pelayanan yang sesuai, akurat dan terpercaya.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan adalah kebijakan penyedia layanan atau jasa untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan disertai dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup kesopanan dan kecakapan pegawai dalam menciptakan rasa kepercayaan pelanggan terhadap pihak penyedia jasa atau layanan.

## 5. *Hospitality*

*Hospitality* merupakan perhatian khusus yang bersifat individual yang diberikan penyedia jasa atau layanan kepada *customer*, berupaya untuk mengerti apa yang diinginkan para konsumen.

### 2.2.6.1. Atribut layanan Model Kano

Pada metode Kano terdapat atribut-atribut layanan yang bisa dibedakan sebagai beberapa kategori sebagai berikut (Rahmayuni dkk., 2016):

#### 1. *Must Be* atau *Basic needs*

Pada kategori *Must Be* (keharusan), pelanggan merasa tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Namun nilai kepuasan pelanggan tidak mengalami peningkatan jauh diatas netral walaupun kinerja atribut cukup tinggi.

#### 2. *One-dimensional* atau *performance needs*

Taraf kepuasan pelanggan terkait linear menggunakan kinerja atribut, sebagai akibatnya kinerja atribut yang tinggi akan menyebabkan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun sebaliknya kepuasan menurun apabila atribut tidak terpenuhi.

#### 3. *Attractive* atau *excitement needs*

Kategori *Attractive* atau *excitement needs*, taraf kepuasan pelanggan akan semakin tinggi apabila meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi apabila atribut tidak dipenuhi tidak akan mempengaruhi penurunan taraf kepuasan.

#### 4. *Indifferent*

Pelanggan tidak memperdulikan ada atau tidaknya suatu atribut sehingga tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### 5. *Reverse*

*Reverse* mendeskripsikan penentuan dari perusahaan kebalikan dari apa yang diinginkan pelanggan. Semakin tinggi kinerja atribut maka akan menurunkan kepuasan pelanggan.



#### 6. *Questionable*

*Questionable* mendeskripsikan jawaban dari responden yang kurang sesuai dengan pernyataan yang disampaikan

#### 2.2.6.2. Keuntungan Model Kano

Keuntungan yang didapatkan menggunakan model Kano untuk mengklasifikasikan kebutuhan pelanggan sebagai berikut (Rauf dkk., 2018):

1. Memprioritaskan pengembangan produk contohnya seperti investasi tidak akan berpengaruh untuk meningkatkan atribut kategori *must-be* yang seharusnya menjadi kebutuhan dasar, namun lebih memprioritaskan berkategori *one-dimensional* atau *Attractive* yang berpengaruh positif terhadap kualitas produk serta meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Atribut-atribut produk dikatakan baik apabila kriteria produk atau layanan diketahui lebih baik, hal tersebut terjadi karena kriteria produk dan layanan memiliki pengaruh besar pada kepuasan pelanggan.
3. Metode Kano membantu penilaian dalam pengembangan produk dan layanan.
4. Menemukan serta memenuhi kategori *Attractive* akan berpengaruh lebih baik bagi pelayanan sebelumnya yang telah dilakukan.
5. Kategori *must-be*, *One Dimensional* dan *Attractive* memiliki cara sendiri dalam penentuan segmen pelanggan, karena kategori tersebut menyesuaikan dengan kebutuhan segmen yang berbeda.

#### 2.2.6.3. Klasifikasi Atribut Model Kano

Klasifikasi model Kano bertujuan untuk mengetahui kategori tiap atribut pernyataan berdasarkan hasil kuesioner yang didapatkan. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam proses klasifikasi model Kano sebagai berikut:

1. Menentukan kategori atribut berdasarkan hasil dari responden dengan tabel evaluasi model Kano. Berikut pada Tabel 2.2 adalah tabel klasifikasi Model Kano dari pernyataan *Functional* dan *Dysfunctional*.

Tabel 2.2 Penentuan Model Kano

<i>Customer Requirement</i>		<i>Dysfunctional (negative) question</i>				
		<i>1. Like</i>	<i>2. Must Be</i>	<i>3. Neutral</i>	<i>4. Live with</i>	<i>5. Dislike</i>
<i>Functional (positive question)</i>	<i>1. Like</i>	Q	A	A	A	O
	<i>2. Must Be</i>	R	I	I	I	M
	<i>3. Neutral</i>	R	I	I	I	M
	<i>4. Live with</i>	R	I	I	I	M
	<i>5. Dislike</i>	R	R	R	R	Q

Sumber: Berger,dkk,(1993)

Keterangan:

A= *Attractive*                      O= *One-dimensional*

M= *Must Be*                        Q= *Questionable*

R= *Reserve*                        I= *Indifferent*

2. Menghitung jumlah atribut kategori model Kano yang kemudian direkapitulasi dengan ketentuan sebagai berikut (Rauf dkk., 2018):

- a. Jika total nilai (*One Dimensional + Attractive + Must Be*) > total nilai (*Indifferent+Reverse+ Questionable*) maka didapatkan nilai maksimal dari (*One Dimensional Attractive Must Be*).
- b. Jika total nilai (*One Dimensional + Attractive + Must Be*) < total nilai (*Indifferent+Reverse+ Questionable*) maka didapatkan nilai maksimal dari (*Indifferent+Reverse+ Questionable*)
- c. Jika total nilai (*One Dimensional + Attractive + Must Be*) = total nilai (*Indifferent+Reverse+ Questionable*) maka diambil nilai paling maksimal dari kategori Kano yang ada (*One Dimensional, Attractive, Must Be, Indifferent, Reverse, Questionable*).

Hasil yang telah diperoleh dalam penetapan kategori dari tabel evaluasi Kano kemudian dihitung jumlah dari tiap kategori dari pernyataan. Berikut pada tabel 2.3 merupakan rekapitulasi atribut model Kano.

Tabel 2.3 Rekapitulasi Atribut Model Kano

<i>Customer Requirements</i>	A	M	O	R	Q	I	Total	<i>Category</i>
1								
2								
3								
4								
5								
.								
dst.								

Sumber: Berger, et, al, (1993)

### 3. Klasifikasi *Satisfaction* dan *Dissatisfaction*

Klasifikasikan *satisfaction* dan *dissatisfaction* ditentukan dengan cara melakukan perhitungan perhitungan *better and worse* untuk mengetahui nilai kepuasan dan ketidakpuasan pengunjung. Cara mengetahui nilai kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) dan ketidakpuasan pengunjung (*Customer Dissatisfaction*), dilakukan perhitungan pada tiap atribut dengan ketentuan nilai ketidak puasan mendekati -1 mengartikan apabila atribut pernyataan tidak terpenuhi, sehingga menimbulkan rasa ketidakpuasan, yang tinggi dan nilai kepuasan mendekati +1 mengartikan apabila atribut pernyataan terpenuhi maka akan memberikan nilai kepuasan yang tinggi. Berikut rumus perhitungan *better* dan *worse* pada persamaan (2.1) dan persamaan (2.2) setiap atribut:

$$\text{Extent of Satisfaction: } \frac{A+O}{A+O+M+I} \dots\dots\dots(2.1)$$

$$\text{Extent of Dissatisfaction: } \frac{O+M}{(A+O+M+I)(-1)} \dots\dots\dots(2.2)$$