

**PERSEPSI PENGUNJUNG TENTANG SAPTA PESONA DAN PROMOSI
PADA OBJEK WISATA MINANG FANTASI
KOTA PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Strata Satu (S1)*



Oleh :
SILVIA EFYUNDA
NIM. 48567

**JURUSAN GEOGRAFI
FAKULTAS ILMU- ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2009**

ABSTRAK

Silvia Efyunda (2009): Persepsi Pengunjung Tentang Sapta Pesona Dan Promosi Pada Objek Wisata Minang Fantasi Kota Padang Panjang

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pengunjung tentang sapta pesona pada objek wisata Minang Fantasi dan untuk mengetahui persepsi pengunjung tentang promosi objek pada wisata Minang Fantasi.

Penelitian ini tergolong kepada penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke objek wisata Minang Fantasi. Sampel responden pengunjung yang datang ke objek wisata Minang Fantasi ditetapkan berdasarkan teknik *incidental sampling*, maka jumlah responden yang didapatkan adalah sebanyak 80 responden.

Penelitian menyimpulkan bahwa persepsi pengunjung tentang sapta pesona pada objek wisata Minang Fantasi berada pada rata-rata 4558 yang tergolong kepada kategori cukup baik dengan tingkat capaian sebesar 76%. Persepsi pengunjung tentang promosi pada objek wisata Minang Fantasi berada pada rata-rata 738 yang tergolong kepada kategori cukup baik dengan tingkat capaian 61,7%.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Pengunjung Tentang Sapta Pesona dan Promosi Pada Objek Wisata Minang Fantasi Kota Padang Panjang”.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan gelar Sarjana Jurusan Geografi Fakultas Ilmu- Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.Afdhal, M.Pd, Pembimbing I
2. Bapak Drs. Ridwan Ahmad, Pembimbing II dan Penasehat Akademik penulis
3. Bapak Dr. Paus Iskarni, M.Pd, ketua Jurusan Geografi Universitas Negeri Padang
4. Bapak /Ibu dosen Jurusan Geografi Universitas Negeri Padang
5. Bapak/Ibu dan Staf Dinas Pariwisata dan Seni Budaya Kota Padang Panjang yang telah membantu dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini
6. Staf PT. Niagara Fantasi Island, Pengelola Objek Wisata Minang Fantasi Kota Padang Panjang
7. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Geografi Universitas Negeri Padang

Selanjutnya penghormatan dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis berikan pada Papa dan Mama tercinta yang telah memberikan dorongan moril dan sprituilnya selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Februari 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Perumusan Masalah.....	5
F. Tujuan Penelitian.....	5
G. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KERANGKA TEORITIS	
A. Kajian Teori.....	7
1. Persepsi.....	7
a. Pengertian Persepsi.....	7
b. Faktor Penyebab Timbulnya Persepsi.....	8
2. Pengertian Wisata, Pariwisata, kepariwisataan dan wisatawan.....	10
3. Sapta Pesona dalam Pariwisata.....	13
4. Promosi Pariwisata.....	18
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	19
C. Kerangka Konseptual.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Populasi dan Sampel.....	21
C. Variabel dan Data.....	25

1. Variabel Penelitian.....	25
2. Jenis Data, Sumber Data Dan Alat Pengumpul Data.....	25
3. Defenisi Operasional Variabel.....	26
D. Instrumen Penelitian.....	27
1. Alat Pengumpul Data.....	27
2. Teknik Analisa Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	30
B. Hasil Penelitian.....	34
C. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 . Jenis data, Sumber Data dan Alat pengumpul Data.....	26
Tabel 2 . Kisi- Kisi Instrumen.....	27
Tabel 3 . Luas Daerah, Jumlah Penduduk dan Rata- Rata Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan/ Kelurahan.....	32
Tabel 4 . Distribusi Frekwensi Keamanan.....	35
Tabel 5 . Distribusi Frekwensi Ketertiban.....	37
Tabel 6 . Distribusi Frekwensi Kebersihan.....	39
Tabel 7 . Distribusi Frekwensi Kesejukan.....	42
Tabel 8 . Distribusi Frekwensi Keindahan.....	44
Tabel 9 . Distribusi Frekwensi Keramahan.....	46
Tabel 10. Distribusi Frekwensi Kenangan.....	48
Tabel 11. Distribusi Frekwensi Sapta Pesona.....	50
Tabel 12. Distribusi Frekwensi Iklan.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 2. Peta lokasi Penelitian.....	23
Gambar 3. Denah Minang Fantasi.....	24
Gambar 4. Peta Administrasi Kota Padang Panjang.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	58
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	66
Lampiran 3. Gambar Fasilitas Objek Wisata Minang Fantasi.....	68
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian Dari Fakultas	72
Lampiran 5. Surat Izin Rekomendasi Melaksanakan Penelitian Dari Kantor Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat.....	73
Lampiran 6. Surat Izin Rekomendasi Melaksanakan Penelitian Dari Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang Panjang	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kondisi Indonesia yang terdiri dari beberapa pulau baik besar maupun kecil yang dihuni oleh manusia yang terdiri dari berbagai suku, adat istiadat, kepercayaan, kebudayaan, agama dan bahasa yang berbeda- beda yang sangat menguntungkan Indonesia. Keanekaragaman suku, adat istiadat, kebudayaan, kepercayaan dan agama serta bahasa akan menghasilkan atraksi yang unik dan menarik bagi para wisatawan.

Menyadari keadaan yang demikian, pemerintah memanfaatkan seluruh potensi yang ada dengan diterapkannya sektor wisata sebagai sektor non migas yang merupakan andalan sehingga mampu mendatangkan banyak devisa bagi Negara Indonesia. Disamping sektor migas pada satu saat akan habis dan lain halnya dengan pariwisata yang tidak akan habis walaupun dikonsumsi dalam jangka waktu yang lama.

Kepariwisataan merupakan bagian yang erat dengan upaya pembangunan ekonomi nasional, dalam tahap pembangunan nasional saat ini pariwisata telah memberikan sumbangan yang besar terhadap Negara sebagaimana tercantum dalam GBHN 1993 yang berbunyi: Pembangunan pariwisata diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan Negara meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan.

Melalui pembangunan kepariwisataan diharapkan dapat mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan alam, nilai dan budaya bangsa yang beraneka ragam serta memupuk rasa cinta tanah air dalam memperkokoh persatuan bangsa. kepariwisataan berarti melibatkan berbagai pihak mulai dari pemerintah, investor, pengusaha, maupun masyarakat setempat.

Sebagai langkah konkrit tahun 2008, pemerintah menggelar hajatan besar bertajuk *Visit Indonesia Year 2008* atau tahun kunjungan Indonesia 2008. Lebih dari 100 acara berskala Internasional digelar di seluruh Indonesia disepanjang tahun 2008. Hal ini semata-mata merupakan usaha pemerintah untuk mempromosikan pariwisata Indonesia keluar Negeri.

Modal kepariwisataan perlu dimanfaatkan dalam pengembangan dan peningkatan mutu daerah tujuan wisata. Untuk melaksanakan terciptanya kondisi yang diharapkan dalam pengembangan pariwisata maka perlu adanya sapta pesona. Sapta pesona adalah kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata serta memperoleh kepuasan atas kunjungannya. Sapta pesona mencakup unsur keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan kenangan. Sapta pesona dan juga promosi merupakan salah satu unsur pokok dalam pengembangan dan peningkatan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata.

Kota Padang Panjang merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang mempunyai keindahan, kesejukan dan kenyamanan karena terletak diantara tiga pegunungan yang dapat dinikmati dari kota ini. Kota Padang Panjang dengan letak

geografis yang sangat menguntungkan untuk sektor ekonomi dan pariwisata karena dapat dijangkau dengan mudah dari segala arah.

Kota Padang Panjang juga dilalui oleh jalur lintas tengah Sumatera dan dekat dengan propinsi Riau dan Jambi. Secara komparatif posisi itu lebih unggul dibandingkan dengan daerah lain yang mempunyai potensi yang sama. Dengan selesainya Bandara Internasional Minangkabau, pembagunan jalan kelok sembilan dan pelebaran jalan Padang Bukittinggi serta perbaikan Pelabuhan Teluk Bayur akan menjadikan Kota Padang Panjang memiliki peluang yang menjanjikan dalam sektor pariwisata.

Salah satu objek wisata yang terdapat di Kota Padang Panjang adalah Minangkabau Village atau Perkampungan Minangkabau yang menampilkan bentuk-bentuk bangunan asli perkampungan minangkabau pada abad 19 dengan berbagai bentuk dan fungsinya. Berdasarkan SK Wako No. 362/2007 kawasan wisata Minangkabau Village diubah menjadi Minang Fantasi (Mifan), pengelolaan dan pengembangannya diserahkan pemerintah daerah pada pihak swasta yang tertuang dalam perjanjian MOU/446/PMD/MKV/X/2007 pada tanggal 1 Oktober 2007.

Objek wisata Minang Fantasi diresmikan bulan Juni 2008 yang memberikan perpaduan keindahan panorama pegunungan dengan hawa sejuk dan arena permainan anak serta keluarga. Pengunjung sudah dapat menikmati sensasi air yang disajikan dalam bentuk wahana air seperti kolam anak ember tumpah, kolam ombak, kolam luncur. Objek Wisata ini juga dilengkapi oleh fasilitas *dry park* diantaranya arena *bumper boat*, halilintar, kereta wisata, komedi putar dan *bumper car*. Dalam mempertahankan julukan Kota Serambi Mekah, pihak pengelola menghadirkan

berbagai fasilitas yang tidak keluar dari konsep pariwisata keluarga islami. Konsep ini dilihat dari adanya musalla sebagai sarana ibadah maupun menyediakan kolam khusus wanita.

Dengan pengembangan kepariwisataan di atas diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah dalam rangka menunjang pembangunan daerah. Berdasarkan pengamatan di lapangan, sapta pesona dan promosi objek wisata Minang Fantasi masih kurang. Hal ini terlihat dari masih kurangnya pengelolaan sampah, ketertiban dan tidak tersedianya kenangan atau cenderamata serta sangat minimnya iklan objek wisata.

Berdasarkan pada kenyataan diatas penulis tertarik untuk meneliti bagaimana persepsi pengunjung tentang Objek wisata Minang Fantasi dari segi sapta pesona dan promosi, sehingga penulis mengangkat dalam sebuah penelitian yang diberi judul: **Persepsi Pengunjung Tentang Sapta Pesona dan Promosi Pada Objek Wisata Minang Fantasi Kota Padang Panjang.**

B. Identifikasi Masalah

Adapun idenfikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi pengunjung tentang sapta pesona pada objek wisata Minang Fantasi ?
2. Bagaimana persepsi pengunjung tentang promosi pada objek wisata Minang Fantasi ?
3. Bagaimana persepsi masyarakat tentang pengembangan objek wisata Minang Fantasi ?

4. Bagaimana dampak pengembangan objek wisata Minang Fantasi terhadap perekonomian masyarakat setempat ?
5. Bagaimana sarana prasarana pada objek wisata Minang Fantasi ?

C. Batasan Masalah

Untuk menjelaskan masalah yang berkaitan dengan latar belakang masalah penelitian diatas, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut: Bagaimana persepsi pengunjung tentang sapta pesona dan promosi pada objek wisata Minang Fantasi di Kota Padang Panjang.

D. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan pembatasan masalah yang dikemukakan maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi pengunjung tentang sapta pesona pada objek wisata Minang Fantasi ?
2. Bagaimana persepsi pengunjung tentang promosi pada objek wisata Minang Fantasi ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan, mengolah, menganalisa dan mendeskripsikan data tentang :

1. Persepsi pengunjung tentang sapta pesona pada objek wisata Minang Fantasi
2. Persepsi pengunjung tentang promosi objek pada wisata Minang Fantasi

F. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi geografi.
2. Menambah wawasan dan pengalaman tentang pariwisata.
3. Sebagai bahan masukan dalam usaha perbaikan dan penyempurnaan kegiatan yang telah dilakukan pada masa sekarang dan yang akan datang.
4. Sebagai bahan bacaan di perpustakaan.
5. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah dalam pengembangan kepariwisataan

BAB II

KERANGKA TEORITIS

Kerangka teori dimasukkan untuk mencari jawaban ilmiah sebagai usaha mencari, mengidentifikasi dan menyusun kaitannya dengan variabel- variabel penelitian. Kerangka teoritis berisi tentang kajian teori yang merupakan studi kepustakaan untuk mencari jawaban permasalahan penelitian dari berbagai sumber dan berisi kerangka konseptual yang merupakan pembahasan kerangka berfikir peneliti yang didasarkan pada kajian teori.

A. Kajian Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Manusia sebagai makhluk sosial sekaligus makhluk individual, maka terdapat perbedaan antara individu yang satu dengan yang lainnya. Adanya perbedaan inilah yang antara lain menyebabkan mengapa seseorang menyenangi suatu objek, sedangkan orang lain tidak senang bahkan membenci objek tersebut. Hal ini sangat tergantung bagaimana cara individu menanggapi objek tersebut dengan persepsinya. Pada kenyataannya sebagian besar sikap, tingkah laku dan penyesuaian ditentukan oleh persepsinya.

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud, 1998) persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan langsung dari sesuatu), proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indera.

Persepsi pada hakikatnya merupakan proses penilaian terhadap seseorang terhadap objek tertentu. Persepsi merupakan aktivitas mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek- obyek fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi- sensasi dari lingkungan akan diolah bersama- sama dengan sikap, ingatan dan lain- lain.

Pengertian lain yang dikemukakan oleh Thoha dalam Herawati (2005) persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami setiap informasi tentang lingkungannya baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan dan perasaan.

Menurut Beli dalam Khardina (1991) persepsi adalah proses penerimaan sejumlah sensasi melalui sistem kerjanya syaraf sehingga kita dapat mengenal dan menyusun suatu pola. Pola ini terjadi karena suatu proses penerimaan informasi melalui penarikan kesimpulan dan pembentukan arti atau kejadian dimasa lalu.

Noesjirman dalam Khardina (1991) menyatakan persepsi adalah proses melibatkan studi tentang bagaimana seseorang pengamat berhubungan dengan lingkungan, bagaimana informasi dikumpulkan dan diinterpretasikan termasuk juga cara-cara individu memperlakukan informasi yang masuk berupa rangsangan yang secara tidak hati- hati mengenai alat inderanya.

b. Faktor penyebab timbulnya persepsi

Rakhmat dalam Herawati (2005) menjelaskan bahwa persepsi seseorang terhadap suatu objek atau persoalan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Pengalaman; pengalaman seseorang akan dipengaruhi terhadap kecermatan persepsi orang tersebut. Pengalaman yang dimiliki seseorang akan membantu

seseorang dalam membuat suatu kesimpulan terhadap apa yang dilihat, didengar atau dirasakan.

2. Motivasi; setiap orang akan memiliki motivasi yang berbeda dalam melakukan suatu pekerjaan tertentu, jika didalam pekerjaan itu terdapat kepentingan dirinya maka ia akan lebih giat dalam bekerja dan ia secara otomatis akan menanggapi pekerjaan itu dengan baik pula. Dengan demikian motivasi seseorang akan mempengaruhi persepsinya terhadap sesuatu hal yang dihadapinya.
3. Kepribadian; sifat khusus yang terdapat dalam diri seseorang akan terpancar dalam sikap dan tingkah lakunya sehari- hari. Dengan demikian kepribadian akan mempengaruhi pesepsi seseorang terhadap sesuatu yang dialami, dilihat ataupun dirasakan.

Proses penyebab timbulnya persepsi menurut Thoha dalam Khardina (1991) adalah:

1. Faktor internal, tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk didalamnya sistem nilai, tujuan, kepercayaan dan tanggapan terhadap hasil yang dicapai.
2. Faktor eksternal, yaitu berupa lingkungan.

Tanggapan seseorang pada suatu objek akan berbeda- beda, hal ini disebabkan oleh:

1. Objek atau peristiwa yang dialami
2. Lingkungan terjadinya persepsi
3. Orang- orang yang melakukan persepsi.

Berdasarkan teori persepsi menurut Sarwono (1987) perbedaan persepsi disebabkan oleh:

1. Perhatian kita biasanya tidak menyerap seluruh rangsangan yang ada di sekitar objek tapi perlu fokus dalam mengamati suatu objek. Perbedaan sosial ekonomi dapat menyebabkan perbedaan persepsi.
2. Harapan seseorang dengan rangsangan yang timbul.
3. Kebutuhan seseorang mampu menetap pada diri seseorang akan mempengaruhi diri orang tersebut.
4. Sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat berpengaruh pada masyarakat
5. Ciri kepribadian seseorang akan mempengaruhi persepsi.

Berdasarkan defenisi persepsi menurut para ahli maka pada penelitian ini akan dibahas mengenai persepsi atau tanggapan pengunjung berdasarkan bagaimana mereka memandang dan memahami tentang sapta pesona dan promosi.

2. Pengertian Wisata, Pariwisata, Kepariwisataan dan Wisatawan

Pada mulanya kepariwisataan itu mulai timbul dengan adanya suatu kebudayaan manusia melakukan perjalanan atau kunjungan dari suatu daerah lain dan kemudian berkembang ke arah yang modern seperti yang kita lihat dan kita rasakan seperti saat sekarang ini. Sekarang pariwisata telah dipandang sebagai suatu bentuk industri yang mampu menghasilkan uang atau pendapatan yang bisa memberikan retribusi untuk daerah tersebut.

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut dilakukan secara suka rela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya

tarik wisata (UU No. 9 Tahun 1990 Pasal 1). Jadi pengertian wisata tersebut mengandung unsur yaitu :

1. Kegiatan perjalanan
2. Dilakukan dengan cara sukarela
3. Bersifat sementara
4. Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (UU No. 9 tahun 1990 Pasal 1). Dengan demikian pariwisata meliputi:

1. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata
2. Pengusaha objek dan daya tarik wisata
3. Pengusaha jasa dan sarana pariwisata

Sculard (dalam Yoeti,1996) memberikan batasan pariwisata, menurut pendapatnya pariwisata adalah sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang- orang asing keluar masuk kota, daerah atau Negara.

Freuler (dalam Yoeti, 1996) memberikan batasan pariwisata dalam artian modern merupakan fenomena dari zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pengantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai

bangsa dan kelas masyarakat sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan dari alat- alat angkutan.

Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (UU No. 9 Tahun 1990 Bab I Pasal 1). Dalam pengertian kepariwisataan terdapat faktor penting yang harus ada dalam batasan pariwisata yaitu:

1. Perjalanan ini dilakukan untuk sementara waktu
2. Perjalanan itu dari suatu tempat ketempat lain
3. Perjalanan itu, walaupun apa bentuknya harus selalu dikaitkan dengan bertamasya atau rekreasi.
4. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah ke tempat yang dikunjungi dan semata- mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, jadi semua orang yang melakukan perjalanan wisata dikatakan dengan wisatawan. Adapun tujuan dari perjalanan itu bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya. Dalam bahasa Inggris wisatawan disebut *Tourist*.

Sedangkan jenis kepariwisataan menurut Pendit dalam Risnayeti (2004) membagi pariwisata ke dalam beberapa bentuk sebagai berikut:

1. Wisata Budaya

Jenis wisata dengan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau dasar keinginan untuk memperluas cakrawala berfikir dan pandangan hidup seseorang serta menambah wawasan ilmu pengetahuan dengan mengadakan kunjungan ke tempat lain di luar daerah asalnya, guna mempelajari keadaan dan kehidupan

rakyat ataupun kebiasaan dan tradisi masyarakat setempat, serta adat istiadat seni budaya masyarakat yang beraneka ragam.

2. Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan perjalanan yang dilakukan seseorang dengan tujuan untuk penyegaran jasmani dan rohani untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat tinggalnya sehari- hari demi kepentingan dengan tujuan untuk beristirahat baginya.

3. Wisata Olah Raga

Seseorang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berolah raga atau dengan sengaja bermaksud berpartisipasi dalam suatu ajang pesta olah raga di suatu tempat seperti PON, SEAGAMES, PORDA dan lain- lain.

4. Wisata Komersial

Untuk jenis wisata ini termasuk perjalanan mengunjungi pameran- pameran dan pekan olah raga yang bersifat komersil.

5. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan pelajar dan mahasiswa atau orang awam (sekumpulan organisasi) ke suatu komplek industri dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian dalam rangka menambah ilmu pengetahuan dan wawasan.

3. Sapta Pesona Dalam Pariwisata

Mengingat luasnya kegiatan yang harus dilakukan untuk mengembangkan kepariwisataan, maka perlu dukungan dan peran serta yang aktif dari masyarakat agar berhasil dan mencapai tujuannya. Peranan dan sikap yang diharapkan dari seluruh lapisan masyarakat seperti pejabat pemerintahan, petugas keamanan dan ketertiban, tokoh agama, cendekiawan, budayawan, pemuda, mahasiswa dan lainnya adalah sebagai berikut:

1. Memperbesar manfaat dan keuntungan yang dapat diraih dengan cara yang wajar dan sebaliknya memperkecil dampak yang merugikan
2. Menjadi tuan rumah yang baik
3. Secara aktif melestarikan lingkungan hidup dan budaya bangsa
4. Secara aktif ikut memelihara dan mengembangkan daya tarik wisata
5. Secara aktif ikut meningkatkan keamanan dan ketertiban.

Untuk melaksanakan peranan dan sikap yang diharapkan diatas maka pedoman yang hendak dicapai adalah sapta pesona. Sapta pesona hendaknya dilaksanakan dan dimasyarakatkan dalam kehidupan sehari- hari.

Sadar wisata adalah sebagai pemahaman dalam menumbuhkan dan meningkatkan peran serta masyarakat untuk lebih jauh mengetahui akan arti dan hakikat pengembangan pariwisata. Upaya sadar wisata akan berlanjut terus sepanjang masa sehingga sapta pesona bukan hanya untuk kepentingan pariwisata, tapi juga untuk memperkokoh jati diri bangsa dan mendukung peningkatan disiplin nasional serta meningkatkan citra baik bangsa dan Negara.

Sapta pesona adalah kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung kesuatu daerah atau Negara, agar wisatawan memperpanjang masa tinggal (*length of stay*) di suatu daerah serta memperoleh kepuasan atas kunjungannya. Sapta pesona dilambangkan dengan matahari yang bersinar sebanyak 7 buah yang terdiri atas unsur keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan kenangan.

1. Keamanan

Wisatawan akan merasa senang berkunjung dan tinggal disuatu tempat apabila mereka merasa aman baik bagi dirinya maupun harta bendanya, yaitu:

- a. Bebas dari pencopetan, pemerasan, penodongan selama berada ditempat objek wisata dan tempat – tempat lainnya
- b. Bebas dari kecelakaan yang disebabkan alat pelengkapan dan fasilitas yang diperlukan kurang baik
- c. Bebas dari gangguan masyarakat, seperti pemaksaan oleh pedagang asongan di tempat- tempat rekreasi atau objek wisata.

2. Ketertiban

Kondisi yang tertib adalah sesuatu yang sangat didambakan oleh setiap orang, termasuk wisatawan yang tercermin dari suasana yang teratur, rapi, adanya disiplin yang tinggi dalam semua segi kehidupan masyarakat seperti:

- a. Lalu lintas tertib, teratur dan lancar, alat angkutan datang dan berangkat tepat pada waktunya.

- b. Tidak nampak orang berdesakan atau berebutan untuk mendapatkan atau membeli sesuatu yang diperlukan
- c. Bangunan dan lingkungan ditata teratur dan rapi
- d. Pelayanan dilakukan secara baik dan tepat
- e. Informasi yang benar dan tidak membingungkan.

3. Kebersihan

Bersih adalah sesuatu keadaan atau kondisi lingkungan dan suasana yang menampilkan kebersihan dan kesehatan di semua tempat yang menjadi kegiatan manusia baik di tempat umum maupun di daerah tempat tujuan, seperti:

- a. Lingkungan bersih di objek wisata, bersih dari sampah, kotoran, coretan dan lain- lain
- b. Makanan dan minuman yang akan dikonsumsi bersih dan sehat, didukung WC atau toilet yang higienis serta suasana lingkungan yang nyaman dan tertata apik.

4. Kesejukan

Sejuk adalah suatu keadaan atau suasana yang menampilkan lingkungan yang dan suasana yang sejuk, nyaman dan tenang karena lingkungan yang serba hijau, segar dan asri.

5. Keindahan

Indah adalah keadaan atau suasana yang menampilkan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang mata. Indah dapat dilihat dari berbagai segi seperti segi tata warna, tata letak, tata ruang bentuk ataupun gaya dan gerak yang serasi dan selaras, sehingga memberi kesan yang enak dan cantik untuk dilihat.

Indah yang selalu sejalan dengan bersih dan tertib serta tidak terpisahkan dari lingkungan hidup baik berupa ciptaan Tuhan Yang Maha Esa maupun hasil karya manusia. Karena itu kita wajib memelihara lingkungan hidup agar lestari dan dapat dinikmati oleh manusia.

6. Keramahan

Ramah tamah adalah suatu sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban, sopan dan senang membantu. Ramah tamah sebagaimana yang dimaksud merupakan watak dan budaya manusia Indonesia yang selalu menghormati tamunya dan dapat menjadi tuan rumah yang baik. Sikap ramah tamah ini menjadi salah satu hal yang sangat menarik bagi wisatawan. Sebagai contoh sikap ramah tamah yang diharapkan wisatawan di objek wisata yaitu sikap ramah petugas dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan.

7. Kenangan

Kenangan adalah kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan dan perasaan seseorang yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Kenangan dapat berupa indah dan menyenangkan, akan tetapi dapat pula yang tidak menyenangkan.

Kenangan yang ingin diwujudkan dalam ingatan dan perasaan wisatawan dan pengalaman berpariwisata di Indonesia, dengan sendirinya adalah adalah yang indah dan menyenangkan. Kenangan yang indah ini dapat pula diciptakan antara lain:

- a. Akomodasi yang nyaman, bersih dan sehat, pelayanan yang cepat, tepat dan ramah yang mencirikan khas daerah dalam bentuk dan gaya bangunan serta dekorasinya
- b. Atraksi wisata yang menarik

- c. Makanan dan minuman yang khas. Makanan dan minuman merupakan salah satu daya tarik yang kuat dan dapat dijadikan jati diri atau identitas daerah.
- d. Cenderamata yang mungil yang mencerminkan ciri- ciri khas yang bermutu, mudah dibawa dan dengan harga yang terjangkau mempunyai arti tersendiri dan dijadikan bukti atau kenangan dari kunjungan seseorang kesuatu tempat (diakses dari situs [http// Bukittinggi wisata.com/sapta- pesona](http://Bukittinggi.wisata.com/sapta-pesona)).

4. Promosi Pariwisata

Promosi wisata merupakan bagian yang sangat diperlukan dalam pengembangan objek wisata. Yoeti (1996) menjelaskan promosi adalah salah satu kegiatan marketing. Menurut Soekadijo (1997) promosi dalam bidang pariwisata adalah menyesuaikan produk wisata dengan permintaan wisatawan, sehingga produk menjadi lebih menarik. Dalam kegiatan promosi diadakan usaha untuk memperbesar daya tarik produk terhadap calon konsumen. Konsumen dan permintaan tidak digarap akan tetapi produknya yang lebih disesuaikan dengan permintaan konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Wisneri (2007) menyatakan tujuan promosi yang utama adalah (1) menginformasikan, (2) mempengaruhi dan membujuk pelanggan atau .sasaran. Pada dasarnya tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan jasa dan produk yang dihasilkan industri pariwisata seluas mungkin dan memberikan kesan serta daya tarik dari objek wisata dengan harapan agar wisatawan berkunjung keobjek wisata tersebut .

Promosi berupaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk, memahami, menyukai, yakin dan membeli serta selalu ingat akan produk tersebut. Calon wisatawan perlu informasi tentang objek yang dikunjunginya.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Kajian penelitian yang relevan ini dimaksudkan untuk mengungkapkan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antar lain kan diuraikan sebagai berikut:

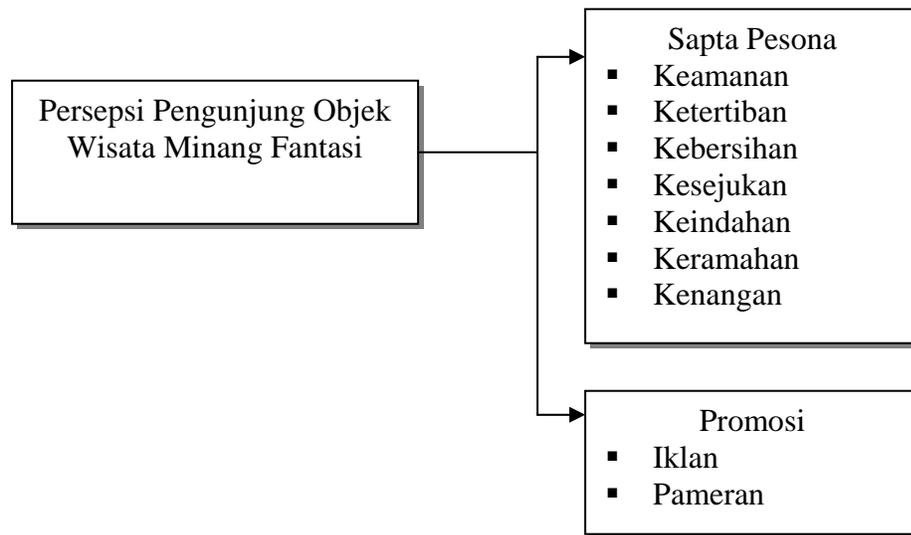
Hasil penelitian Doddy (2007) yang berjudul Persepsi Pengunjung Terhadap Ruang Terbuka Hijau (RTH) Imam Bonjol menyatakan bahwa persepsi pengunjung terhadap keindahan, ketertiban, kenyamanan dan keamanan di RTH Imam Bonjol tergolong sedang.

Hasil penelitian Risnayeti (2004) tentang pengembangan kepariwisataan dalam rangka otonomi daerah di Kabupaten Pesisir Selatan menyatakan bahwa pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Pesisir Selatan telah berjalan dengan baik dan telah mendatangkan perubahan dan kemajuan.

Hasil penelitian Wisneri (2007) tentang persepsi pengunjung objek wisata Alahan Panjang *Resort* terhadap *Marketing Mix* menyatakan bahwa unsur *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi, distribusi berada dalam kriteria cukup dan unsur *marketing mix* mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke Alahan Panjang *Resort*.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian latar belakang dan kajian teori yang telah dikemukakan diatas, maka disusun kerangka konseptual yang berguna untuk menjelaskan hubungan atau keterkaitan antara variabel yang diteliti dan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sapta pesona dan promosi merupakan faktor mempengaruhi pengunjung untuk melakukan perjalanan wisata. Hal ini mempunyai pengertian bahwa objek wisata akan berkembang dengan baik apabila mampu mengelola dengan baik unsur sapta pesona dan promosi. Oleh karena itu supaya objek wisata dapat berkembang lebih baik lagi diperlukan pendapat pengunjung tentang penerapan sapta pesona dan promosi objek wisata atau dengan kata lain persepsi pengunjung tentang sapta pesona dan promosi terhadap objek wisata Minang Fantasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Persepsi pengunjung tentang sapta pesona pada objek wisata Minang Fantasi berada pada rata-rata 4558 yang tergolong kepada kategori baik dengan tingkat capaian sebesar 76%.
2. Persepsi pengunjung tentang promosi objek wisata Minang Fantasi berada pada rata-rata 738 yang tergolong kepada kategori cukup baik dengan tingkat capaian 61,7%.

B. SARAN

1. Sapta pesona merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk berwisata kesuatu tempat, begitu juga halnya dengan objek wisata Minang fantasi dalam pengembangan pariwisatanya. Diharapkan kepada pengelola objek wisata Minang Fantasi dan Dinas Kepariwisataaan agar dapat meningkatkan sapta pesona secara terpadu khususnya di sektor ketertiban, kebersihan, dan kenangan dimasa yang akan datang.
2. Diharapkan kepada pengelola objek wisata Minang Fantasi dan Dinas Kepariwisataaan harus jeli mempromosikan pariwisata Minang Fantasi sehingga tepat sasaran dengan harapan kepariwisataan Kota Padang Panjang melalui

penyebaran brosur wisata dan pembuatan plamflet wisata.

3. Pengembangan dan pengelolaan objek wisata Minang Fantasi masih terus dilakukan maka perlu adanya penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Doddy . 2007. *Persepsi Pengunjung Terhadap Ruang Terbuka Hijau (RTH) Imam Bonjol*. Skripsi. UNP
- Arikunto.1989. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Depdikbud. 1998. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press
- Herawati, Musva.2005. *Persepsi Guru Tentang Kegiatan Pembelajaran Geografi Berdasarkan KBK Di SMPN Bebas Rayon Kota Padang*. Skripsi. UNP
- Khardina.1991. *Hubungan Persepsi Masyarakat Dengan Kesehatan Lingkungan di Pariaman*. Skripsi. UNP
- Karyono, Hari. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Grasindo
- Maya, Rina. 2007. *Persepsi Siswa Tentang Penggunaan Media Dalam Pembelajaran Geografi di SMAN. 12 Padang*. Skripsi . UNP
- Pemerintah Kota Padang Panjang. 2005. *Potensi dan Peluang Investasi Kota Padang Panjang*
- Risnayeti. 2004. *Pengembangan Kepariwisataaan Dalam Rangka Otonomi Daerah Di Kabupaten Pesisir Selatan*. Skripsi. UNP
- Sarwono. 1987. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta
- Sapta Pesona Pariwisata.(online). Diakses tanggal 2 february 2008. <http://BukittinggiWisata.com/sapata-pesona/>
- Soekadijo. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Subagyo, Joko. 1991. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta