

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH
PERMINTAAN KUNJUNGAN WISATA TAMAN PALEM
INDAH DI KOTA METRO**

SKRIPSI

Oleh:

Ricky Charel Syah Putra



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH PERMINTAAN KUNJUNGAN WISATA TAMAN PALEM INDAH DI KOTA METRO

Oleh

Ricky Charel SyahPutra

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan wisata Taman Palem Indah di Kota Metro. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara pada pengunjung Taman Palem Indah. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda metode Ordinary Least Square (OLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan biaya perjalanan ke obyek wisata lain, pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan kunjungan wisata Taman Palem Indah di Kota Metro.

Kata Kunci : Biaya Perjalanan, Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain, Fasilitas Pendapatan, ,Permintaan Kunjungan Wisata.

ABSTRACT

FACTORS THAT AFFECT THE DEMAND AMOUNT OF TAMAN PALEM INDAH TOUR VISITS IN CITY OF METRO

By

Ricky Charel SyahPutra

The purpose of this study was to analyze the factors that influence the number of requests for tourism visits of Taman Palem Indah in Metro City. This study uses primary data obtained from questionnaires and interviews with visitors to Taman Palem Indah. The analytical tool used is the multiple linear regression method Ordinary Least Square (OLS). The results of this study indicate that the cost of travel has a negative and significant effect while the cost of travel to other attractions, income and facilities has a positive and significant effect on the number of requests for tourism visits of Taman Palem Indah in Metro City.

Keywords: Facilities, Requests for Tourism Visits, Revenues, Travel Costs, Travel Costs to Other Tourism Objects.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH
PERMINTAAN KUNJUNGAN WISATA TAMAN PALEM
INDAH DI KOTA METRO**

Oleh:

Ricky Charel Syah Putra

**Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA EKONOMI**

pada

**jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
JUMLAH PERMINTAAN KUNJUNGAN OBYEK
WISATA TAMAN PALEM INDAH DI KOTA
METRO**

Nama Mahasiswa : **Ricky CharelSyah Putra**

No. Pokok Mahasiswa : **1341021017**

Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.

NIP 19560325 198303 1 002

2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

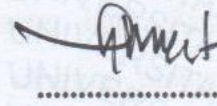
Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP 19660621 199003 1 003

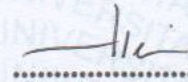
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

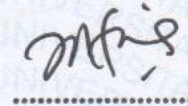
Ketua : **Dr. Toto Gunarto, S.E.,M.Si.**



Penguji I : **Dr. Lies Maria Hamzah, S.E.,M.E.**



Penguji II : **Emi Maimunah, S.E. M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E.,M.Si.

NIP 19610904 198703 1 011

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **15 April 2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tandan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti hari pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Bandar Lampung, 15 April 2019



[Handwritten Signature]
Ricky CharelSyah Putra

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ricky Charel SyahPutra lahir di Bandar Lampung pada tanggal 28 Maret 1995. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Chaidirsyah dan Ibu Fitriani.

Penulis mulai menjalani pendidikan TK AL-Quran pada tahun 2000 dan selesai pada tahun 2001. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SD AL-Quran hanya sampai kelas 1 lalu pindah ke SD Negeri 4 Metro Timur dan selesai pada tahun 2007. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 3 Metro Pusat dan tamat pada tahun 2010. Pada tahun yang sama penulis kemudian meneruskan pendidikannya di SMA Negeri 4 Metro dan lulus pada tahun 2013.

Pada tahun 2013 penulis diterima di perguruan tinggi Universitas Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Pembangunan dan mengambil konsentrasi Ekonomi Perencanaan. Pada tahun 2015 penulis melakukan Kuliah Kunjungan Lapangan (KKL) ke BAPPENAS, Direktorat Jendral Anggaran dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2017 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kabupaten Lampung Tengah, Kecamatan Punggur, Desa Nunggal Rejo selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

MOTO

“Kesuksesan itu bukan mengenai seberapa banyak Anda mengumpulkan kekayaan Anda, akan tetapi kesuksesan adalah tentang seberapa besar Anda dapat membawa sebuah perubahan dalam hidup orang lain”

(Anonymus)

Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang-bintang.

(Ir. Soekarno)

“Jangan memikirkan masalah anda maka masalah itu akan terus bertambah, carilah solusi dan hadapi dengan bijak karena setiap masalah ada jalan keluarnya”

(Ricky CharelSyah Putra)

PERSEMBAHAN

Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, serta puji syukur kepada Allah

SWT, kupersembahkan karya sederhana ini untuk :

Kedua Orang Tuaku Bapak Chaidirsyah dan Ibu Nur Fitri Yani yang telah membimbingku, memberikan kasih sayang, mendukungku dalam setiap langkahku serta yang selalu mendoakan keselamatan dan keberhasilanku dalam setiap doanya. Terima kasih juga untuk kakakku Achmad Racka Chaesar SyahPutra dan adikku Achmad Ricko Chalvin SyahPutra serta keluarga besarku yang telah memberikan dukungan dan semangat dihidupku.

Sahabat-sahabatku dari Jurusan Ekonomi Pembangunan terima kasih atas kebersamaan selama ini Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.

Dan

Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur ku ucapkan kepada Allah SWT, karena atas segala rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Permintaan Kunjungan Wisata Taman Palem Indah di Kota Metro” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa memberikan bimbingan, saran dan kritik, dukungan, dan meluangkan waktunya untuk penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Dr. Lies Maria Hamzah, S.E., M.E. selaku Dosen Penguji 1 dan ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan bimbingan arahan dan masukan, dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Dr. Saimul, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung.
8. Staf Dan Pegawai Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung, Bu Yati, Pak Kasim, Mas Maaruf, Mas Rulli terima kasih telah berperan dalam proses kelancaran skripsi ini.
9. Kedua Orangtuaku, Bapak Chaidirsyah dan Ibu Nur Fitri Yani yang telah membimbing, mendidik, mendoakan serta memotivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Kakakku A. Racka Chaesar SyahPutra serta Adikku A. Ricko Chalvin SyahPutra, terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini.
11. Dini Marlinda yang telah memberi semangat dan mendukung saat proses membuat skripsi.
12. Saudara sepupu yang sudah mendukung Fahri Aditya, Ivan Azmi Fauzan, Geraldi Ghosan.
13. Teman-teman Ekonomi Pembangunan 13 Aris Kencono, Adi Sasongko, Riki Rinaldi, Yoga Andy, Fredi Ardianto, Fajar Sidik, Sahnani Hastari, Asep Baratama, Ridho Dani, Fitria Waluyo, Putri Rohma, Fibriyani Puspita, Tessa Theresia, Milda Maulina, Dyah Ayu, Dan Fadila Khoiriah terima kasih telah

berbagi suka dan duka dengan penulis selama perkuliahan semoga kita bisa sukses dengan cara masing-masing.

14. Teman-teman di Kota Metro Septian Nugraha Amd., Kris Nanda, Arnoldhi Pradisco, Rendy Gepuk, Kris Nanda.
15. Kakak Tingkat EP 12 dan adik tingkat EP 14 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai dengan skripsi ini terselesaikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Bandar Lampung, 28 Maret 2019

Penulis

Ricky CharelSyah Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teori Permintaan	14
B. Elastisitas Permintaan	18
C. Definisi Pariwisata	20
D. Permintaan Pariwisata	22
E. Jenis dan Macam Pariwisata	24
F. Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)	26
G. Hubungan Antara Variabel	31
H. Penelitian Terdahulu	33
I. Kerangka Pemikiran	38
J. Hipotesis	41
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	43
B. Jenis dan Sumber Data	43
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
D. Populasi dan Sampel	47
E. Metode Pengumpulan Data	49
F. Uji Instrumen	49
G. Metode Analisis	51
H. Uji Asumsi Klasik	53
I. Uji Statistik	56
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	59
1. Letak dan Keadaan Geografis	60
B. Deskriptif Karakteristik Responden	60
1. Biaya Perjalanan (TC)	61
2. Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Kolam Renang Tejosari)	62

3. Pendapatan	62
4. Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Kamar Bilas	63
5. Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Keamanan	64
6. Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Toilet	64
7. Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Tempat Parkir	65
8. Persepsi Responden Mengenai Fasilitas Water Boom	66
C. Uji Instrumen	67
D. Hasil Perhitungan Regresi	69
1. Perhitungan Regresi	69
E. Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	70
1. Uji Normalitas	71
2. Uji Heterokedastisitas	71
3. Uji Autokorelasi	72
4. Uji Multikolonieritas.....	72
F. Uji Statistik	73
1. Uji Statistik t	73
2. Uji Statistik F	76
G. Hasil Perhitungan Elastisitas.....	86
H. Interpretasi Hasil.....	78

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2014-2016...	2
2. Distribusi Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Kabupaten dan Kota Se-Provinsi Lampung Tahun 2017...	3
3. Daftar Usaha Kolam Renang Kota Metro Tahun 2016.....	4
4. Data Pengunjung Taman Palem Indah, Kolam Renang Tejosari, Indah Permai, Bintang Kartika, Banyu Biru, dan Carita Tahun 2012-2016 (orang)	5
5. Penelitian Terdahulu	33
6. Luas Area, Dan Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Metro ..	60
7. Biaya Perjalanan Responden Pengunjung Objek Wisata Taman Palem Indah	61
8. Biaya yang dikeluarkan Responden ke Objek Wisata Lain (Kolam Renang Tejosari).....	62
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dan Jumlah Kunjungan.....	63
10. Persepsi Responden Tentang Fasilitas Kamar Bilas.....	63
11. Persepsi Responden Tentang Fasilitas Keamanan	64
12. Persepsi Responden Tentang Fasilitas Toilet	65
13. Persepsi Responden Tentang Fasilitas Tempat Parkir	65
14. Persepsi Responden Tentang Fasilitas Water Boom	66
15. Hasil Uji Validitas	68
16. Reliabilitas	69
17. Hasil Uji Reliabilitas	69
18. Uji Normalitas.....	71
19. Uji Heterokedastisitas	71
20. Uji Autokorelasi	72
21. Uji Multikolinearitas	73
22. Hasil Uji t-statistik Biaya Perjalanan	73
23. Hasil Uji t-statistik Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain	74
24. Hasil Uji t-statistik Pendapatan.....	74
25. Hasil Uji t-statistik Fasilitas.....	74
26. Ringkasan Hasil Uji t	75
27. Uji F Stastistik.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva Permintaan	18
2. Kurva Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya	23
3. Kerangka Pemikiran.....	41
4. Letak Obyek Wisata Taman Palem Indah.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Peneliatian.....	L-1
2. Data Mentah.....	L-5
3. Hasil Uji Validitas.....	L-7
4. Hasil Uji Reabilitas	L-7
5. Hasil Successive Internal Variabel Fasilitas	L-8
6. Data Regresi.....	L-10
7. Hasil Regresi	L-12
8. Hasil Uji Normalitas	L-12
9. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	L-13
10. Hasil Uji Autokorelasi	L-14
11. Hasil Uji Multikonieritas	L14
12. Dokumentasi	L-15

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (I Gede Pitana dan I Ketut Surya, 2012).

Menurut Spillane (2002) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Sedangkan pengertian pariwisata menurut Sugiama (2013) adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka

biasa hidup, bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan. Pemerintah dalam hal ini para *stakeholders* kepariwisataan yang menyadari besarnya potensi kepariwisataan di daerah berusaha menggali, mengembangkan serta membangun aset objek dan daya tarik wisata, yang merupakan modal awal untuk bangkitnya kegiatan pariwisata.

Perkembangan pariwisata Provinsi Lampung cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Data Dinas Pariwisata Lampung pada tahun 2014 ada 10.028 ribu wisatawan mancanegara dan 1.448.059 juta wisatawan lokal. Naik dari 36.942 ribu wisatawan mancanegara dan 1.982.910 juta wisatawan lokal di tahun 2015. Selanjutnya, tahun 2016 meningkat sebanyak 37.503 ribu wisatawan mancanegara dan 2.136.103 juta wisatawan lokal. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Lampung memiliki potensi untuk melakukan pengembangan pariwisata dan pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan pariwisata Provinsi Lampung dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2014-2016 (orang)

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2014	1.448.059	10.028	1.458.087
2015	1.982.910	36.942	2.019.852
2016	2.136.103	37.503	2.173.606

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, 2017

Data pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung dalam tiga tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang

signifikan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata pemerintah setempat menaruh perhatian khusus dalam upaya mengelola berbagai potensi pariwisata yang ada. Berbagai macam upaya pemasaran produk wisata di Provinsi Lampung juga gencar dilakukan, perkembangan usaha pariwisata di Provinsi Lampung juga menunjukkan hal yang signifikan tiap tahunnya selama kurun waktu 2014-2016. Menurut Dinas Pariwisata salah satu wilayah di Provinsi Lampung yang sedang fokus mengembangkan potensi wilayah adalah Kota Metro. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang selalu di kembangkan dan menjadi basis dalam menopang kegiatan ekonomi pariwisata di Kota Metro, selain itu pariwisata Kota Metro dapat bersaing dengan wilayah yang ada di Provinsi Lampung. Berikut ini jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun nusantara tahun 2017.

Tabel 2. Distribusi Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Kabupaten dan Kota Se-Provinsi Lampung Tahun 2017 (orang)

Kabupaten/Kota	Wisatawan		Total
	Nusantara	M mancanegara	
Kota Bandar Lampung	1.004.114	13.169	1.054.283
Kota Metro	16.843	36	16.843
Kabupaten Lampung Selatan	857.828	6.295	864.123
Kabupaten Lampung Timur	51.577	1.401	52.978
Kabupaten Tulangbawang	21.070	269	21.339
Kabupaten Lampung Tengah	14.261	749	15.010
Kabupaten Way Kanan	727	0	727
Kabupaten Lampung Utara	2.459	154	2.613
Kabupaten Lampung Barat	47.364	12.077	59.441
Kabupaten Tanggamus	9.500	3.250	12.750
Kabupaten Pesawaran	675.344	7.653	682.997
Kabupaten Pringsewu	0	0	0
Kabupaten Mesuji	0	0	0
Kabupaten Tulang Bawang Barat	0	0	0

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Provinsi Lampung Tahun, 2017.

Dilihat dari Tabel 2 Kota Metro merupakan wilayah yang tingkat kunjungannya termasuk 10 besar di Provinsi Lampung. Hal ini bisa dilihat tingkat kunjungan

wisatawan baik nusantara maupun mancanegara di Kota Metro yang menduduki peringkat ke 7 di Provinsi Lampung. Kota Metro merupakan kota yang nyaman, bersih, dan tingkat kriminalitasnya rendah yang membuat wisatawan senang berkunjung. Letak geografis Kota Metro juga sangat berdekatan dengan Kabupaten Lampung Timur dan Kabupaten Lampung Tengah sehingga masyarakat luar sangat banyak berkunjung untuk berpariwisata. Oleh karena itu, dapat disimpulkan pariwisata di Kota Metro sangat berpotensi dan berkembang di Provinsi Lampung.

Di Kota Metro terdapat beberapa wisata kolam renang yang beraneka ragam dari segi harga, fasilitas, dan wahana. Namun perkembangan wisata kolam renang dapat juga dilihat dari jumlah kolam yang ada dan lokasi seperti yang dirangkum dalam tabel berikut

Tabel 3. Daftar Usaha Kolam Renang Kota Metro Tahun 2015

No	Kecamatan	Nama Kolam Renang	Alamat	Jumlah Kolam
1	Metro Barat	Taman Palem Indah	Jl. Jendral Sudirman No 262, Ganjar Agung	5
2	Metro Selatan	Indah Permai	Jl. Sulawesi, Ganjar Asri	1
		Bintang Kartika	Jl. Soekarno Hatta (Kompleks Kartika)	2
3	Metro Utara	Banyu Biru	Jl. Dr. Soetomo No 18, Purwosari	1
4	Metro Timur	Carita	Jl. Terong No 33, Iring Mulyo	2
		Kolam Tejosari	Jl. Tejosari No 1, Tejosari	3

Sumber : Dinas Tata Kota dan Pariwisata Kota Metro, 2015

Pada Tabel 3 diatas menunjukkan alamat dan jumlah kolam obyek wisata yang dimiliki Kota Metro. Pengelolaan obyek wisata kolam renang menjadi tempat rekreasi pada umumnya dilakukan untuk menarik kunjungan wisatawan. Pengelolaan ini biasanya dalam bentuk penambahan fasilitas rekreasi, sarana dan prasarana pendukung, pengadaan usaha pendukung, dan berbagai bentuk

pengembangan lainnya. Dari data kolam renang diatas yang memiliki jumlah kolam terbanyak adalah Taman Palem Indah yang menunjukkan bahwa Taman Palem Indah memiliki keunggulan dan selalu berkembang dari kolam renang lainnya. Taman Palem memiliki tempat yang lebih strategis karena letaknya terdapat di perbatasan Kota Metro dan Lampung Tengah. Fasilitas yang memadai dan wahananya selalu bertambah sehingga wisatawan sangat senang untuk melakukan rekreasi maupun olahraga air di Taman Palem Indah.

Taman Palem Indah diresmikan pada tanggal 19 Juli 2009. Secara letak Taman Palem Indah sangat strategis karena berada di Jalan Jendral Sudirman No.262 Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat, Kota Metro. Luas dari Taman Palem Indah sendiri mencapai 2 hektar dan memiliki beberapa wahana yang terdiri dari 6 kolam renang, waterboom, out bond, pondok santap, dan panggung hiburan. Taman Palem Indah tidak hanya dikunjungi masyarakat sekitar namun banyak dikunjungi dari luar kota. Berikut data pengunjung Taman Palem Indah pada tahun 2012 sampai 2016 :

Tabel 4. Data Pengunjung Taman Palem Indah, Kolam Renang Tejosari, Indah Permai, Bintang Kartika, Banyu Biru, dan Carita Tahun 2012-2016 (orang)

Nama	Jumlah Pengunjung									
	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%	2016	
Taman Palem Indah	48.564	3,18	50.112	19,53	40.325	64,13	66.189	3,96	68.811	
Kolam Renang Tejosari	37.876	6,40	35.451	15,59	40.978	11,62	45.742	1,90	44.872	
Indah Permai	32.243	1,79	32.821	5,17	31.121	8,64	33.810	9,22	30.691	
Bintang Kartika	29.101	3,84	30.219	0,90	30.491	3,93	31.691	6,19	29.728	
Banyu Biru	10.249	5,24	9.711	1,00	9.613	39,55	5.811	32,33	3.932	
Carita	13.421	15,94	11.281	22,20	8.742	10,16	9.361	18,52	7.628	

Sumber : Taman Palem Indah, Kolam Renang Tejosari, Indah Permai, Bintang Kartika, Banyu Biru, dan Carita, 2016 .

Pada Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Taman Palem Indah tahun 2012 sebanyak 48.564 orang. Tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar 3,18 % menjadi 50.112 orang, sedangkan pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 19,53 % menjadi 40.325 orang. Selanjutnya pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebanyak 64,13 % menjadi 66.189 orang. Kemudian pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 3,96 % menjadi 68.811 orang.

Sedangkan Kolam Renang Tejosari di tahun 2012 dengan pengunjung sebanyak 37.876 orang, tahun 2013 mengalami penurunan 6,60% menjadi 35.451 orang, kemudian tahun 2014 meningkat sebesar 15,59% menjadi 40.978 orang. Selanjutnya Kolam Renang Tejosari terus mengalami peningkatan di tahun 2015 sebanyak 11,62% dengan jumlah 45.742 orang dan tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 1,90% dengan jumlah 48.953 orang.

Kolam Renang Indah Permai pada tahun 2012 dengan pengunjung sebanyak 32.243 orang dan pada tahun 2013 meningkat sebesar 1,79 % atau 32.821 orang. Selanjutnya pada tahun 2014 mengalami penurunan sebanyak 5,17% atau 31.121 orang, kemudian tahun 2015 kembali naik sebanyak 8,64% menjadi 33.810 orang dan tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 9,22% atau 30.691 orang.

Sementara itu kolam renang Bintang Kartika pada tahun 2012 terdapat jumlah pengunjung sebanyak 29.101 orang. Di tahun 2013 mengalami peningkatan sebanyak 3,84% menjadi 30.219 orang, kemudian di tahun 2014 sedikit meningkat sebanyak 0,90% atau 30.491 orang. Selanjutnya tahun 2015 juga meningkat sebanyak 3,93% atau 31.691 orang dan tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 6,19% atau sebanyak 29.728 orang.

Sedangkan kolam renang Banyu Biru di tahun 2012 dengan pengunjung sebanyak 10.249 orang, tahun 2013 mengalami penurunan 5,24% menjadi 9.711 orang, kemudian tahun 2014 menurun sebesar 1,00% menjadi 9.613 orang. Selanjutnya kolam renang Banyu Biru terus mengalami penurunan di tahun 2015 sebanyak 39,55% dengan jumlah 5.811 orang dan tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 32,23% dengan jumlah 3.932 orang.

Kolam renang Carita tahun 2012 sebanyak 13.421 orang. Tahun 2013 mengalami penurunan sebesar 15,94 % menjadi 11.281 orang, sedangkan pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 22,20 % menjadi 8.742 orang. Selanjutnya pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebanyak 10,16 % menjadi 9.361 orang. Kemudian pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 18,52 % menjadi 7.628orang.

Berdasarkan jumlah pengunjung tersebut terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya penurunan dan peningkatan jumlah pengunjung Taman Palem Indah. Pada tahun 2014 terlihat bahwa telah terjadi penurunan disebabkan karena terjadinya kecelakaan yang menewaskan salah satu pengunjung yang menyebabkan tingkat kepercayaan masyarakat menurun. Sehingga pengelola harus meningkatkan keamanan untuk memperbaiki keadaan tersebut. Kemudian pada tahun 2015 dan 2016 menunjukkan peningkatan permintaan objek pariwisata Taman Palem Indah juga disebabkan karena terdapat penambahan wahana fasilitas dan promosi yang menarik.

Harga tiket Taman Palem Indah memiliki dua harga yang berbeda yaitu pada hari Senin sampai dengan hari Jumat Rp. 15.000 per orang sedangkan untuk hari Sabtu dan hari Minggu harga tiket Rp. 25.000 per orang. Kemudian Taman Palem Indah memiliki fasilitas sangat memadai seperti tersedianya lahan parkir yang luas untuk kendaraan, kamar mandi, kantin, tempat bilas, panggung acara, balon pelampung, masjid, tempat rapat dan menerima pesanan makanan.

Di Kota Metro selain Taman Palem Indah terdapat objek wisata kolam renang (substitusi) yang juga menarik sampai saat ini yaitu Kolam Renang Tejosari. Letak kolam renang tersebut Jalan Stadion Tejosari 24. Menurut pengelola Kolam Renang Tejosari, kolam renang tersebut telah dibangun sejak tahun 2000. Harga tiket Kolam Renang Tejosari sebesar Rp 15.000. Luas kolam renang tersebut mencapai 1 hektar dan dilengkapi dengan beberapa fasilitas diantaranya tempat parkir, kantin, mushola, tempat bilas, ruang ganti, loker, dan papan apung untuk membantu perenang pemula. Hal yang membuat Kolam Renang Tejosari bertahan dan memiliki banyak pengunjung adalah kolam renang yang dibagi menjadi tiga yaitu untuk anak-anak usia 4 sampai dengan 7 tahun, remaja dan dewasa. Selain itu kolam renang tersebut sangat terawat mulai dari kebersihan dan fasilitas yang terjaga dengan baik. Kolam Renang Tejosari letaknya sangat strategis karena dekat dengan stadion sepak bola, sekolah favorit di Kota Metro yaitu SMA Negeri 4 Metro, dan sekolah SMA Negeri Olahraga Metro.

Penelitian ini sejalan dengan teori permintaan yang menunjukkan adanya korelasi negatif antara harga dan permintaan. Seperti yang di kemukakan oleh Mankiw (2012) bahwa dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara

permintaan suatu barang atau jasa dengan tingkat harganya dimana pada hakikatnya menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang dan jasa maka semakin berkurang permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya jika semakin rendah harga suatu barang dan jasa maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut.

Biaya perjalanan merupakan variabel bebas yang terpenting dalam menentukan nilai surplus konsumen pada metode biaya perjalanan. Semakin besar biaya perjalanan yang dibayarkan oleh wisatawan maka akan semakin mengurangi permintaan akan wisata tersebut (Igunawati, 2010).

Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata yang dituju. Karena apabila harga dari suatu objek wisata substitusi tinggi, maka diduga wisatawan akan kembali beralih pada tempat wisata yang dituju pertama kali Yuwana (2010). Harga kompetitor atau Substitusi (mengganti) dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Harga barang pelengkap juga akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak barang utamanya, apabila barang utama meningkat, maka permintaan akan barang penggantinya akan menurun dan sebaliknya (Mankiw, 2012).

Tingkat pendapatan mencerminkan seberapa besar penghasilan yang diterima individu pada tiap bulannya, semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang keinginan untuk melakukan perjalanan wisata juga semakin tinggi dikarenakan kecenderungan seseorang dengan pendapatan tinggi yang bekerja dengan jam

kerja yang juga tinggi akan memanfaatkan waktu senggang (*Leisure Time*) dengan melakukan perjalanan wisata (Yuwana, 2010).

Kondisi fasilitas berkaitan dengan kemudahan untuk menjangkau yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan aktivitas rekreasi (Akrom, 2014). Keputusan seseorang juga dipengaruhi oleh persepsi pengunjung terhadap suatu obyek wisata.

Yuwana (2010) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara. Yuwana menemukan bahwa dari kelima variabel independent dalam persamaan regresi, Dari hasil perhitungan regresi diketahui bahwa biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kawasan Baturaden), umur, dan penghasilan per bulan, dan jarak menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Dataran Tinggi Dieng, sedangkan biaya perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng menunjukkan pengaruh yang negatif. Tanda positif pada variabel biaya pengunjung ke objek wisata lain menunjukkan bahwa hubungan Dataran Tinggi Dieng dan objek wisata lain dalam hal ini diwakili oleh Kawasan Baturaden adalah barang substitusi.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Akrom (2014) di Semarang yang menganalisis mengenai faktor-faktor kunjungan di Pantai Cahaya, Waleri, Kabupaten Kendal. Akrom menemukan bahwa pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya, sedangkan biaya perjalanan, biaya objek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Cahaya.

Berdasarkan latar belakang di atas, pengembangan obyek wisata Taman Palem Indah dapat dilakukan untuk meningkatkan perekonomian. Maka peneliti mengambil judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Permintaan Kunjungan Wisata Taman Palem Indah di Kota Metro”.

B. Rumusan Masalah

Obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro dianggap berpotensi untuk berkembang dikarenakan makin banyak masyarakat di dalam maupun luar Kota Metro yang berekreasi dan berolahraga air. Pengelolaan aspek pendukung seperti fasilitas penunjang yang ada di Taman Palem Indah, akan dapat menciptakan peluang dalam rangka peningkatan jumlah pengunjung. Oleh karena itu perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan terhadap kunjungan di objek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro.

Terdapat beberapa pertanyaan penelitian yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah di Kota Metro?
2. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah di Kota Metro?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan wisatawan terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah di Kota Metro?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah di Kota Metro?

5. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain, pendapatan dan fasilitas terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro?
6. Bagaimana elastisitas biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain, pendapatan dan fasilitas terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan wisatawan terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.
5. Untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain, pendapatan dan fasilitas terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro?
6. Untuk mengetahui elastisitas biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain, pendapatan dan fasilitas terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan bagi instansi yang berwenang untuk pengembangan dan pertimbangan khususnya objek wisata Taman Palembang Indah di Kota Metro.

2. Bagi Akademik

Diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan referensi maupun bahan pertimbangan bagi mereka yang menjadikan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai potensi perkembangan objek wisata Taman Palembang Indah di Kota Metro dan dapat dijadikan sumber pembandingan dalam penelitian dengan tema yang sama.

3. Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat bagi pihak lain sehingga mengetahui seberapa besar potensi pariwisata yang ada di daerah tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi dan kecenderungan permintaan konsumen akan barang dan jasa tak terbatas. Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, dan sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2008).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan selain harga menurut Sukirno (2008) adalah sebagai berikut :

1. Harga barang-barang yang berkaitan

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lain dapat dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu :

- a. Barang pengganti

Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang, barang tersebut dapat bersifat substitusi (pengganti). Apabila harga barang lebih

murah maka jumlah permintaan terhadap barang yang digantikan akan mengalami penurunan.

b. Barang pelengkap

Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya karena barang pelengkap digunakan bersamaan dengan barang yang dilengkapi.

c. Barang netral

Apabila dua jenis barang tidak mempunyai hubungan maka perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lain.

2. Pendapatan

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Dapat diartikan bahwa kurva permintaan akan bergeser ke kanan yang menunjukkan kuantitas yang diminta akan lebih besar pada setiap tingkat harga. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. Perubahan pendapatan akan menimbulkan permintaan berbagai jenis barang antara lain sebagai berikut :

a. Barang inferior

Jika pendapatan meningkat maka permintaan terhadap barang inferior akan berkurang karena barang inferior banyak diminta oleh konsumen yang berpendapatan rendah.

b. Barang esensial

Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan sehari-hari seperti kebutuhan pokok dan pakaian. Jumlah

permintaan pada barang ini cenderung tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

c. Barang normal

Suatu barang dikatakan barang normal apabila mengalami jumlah permintaan jika terjadi peningkatan pendapatan.

d. Barang mewah

Barang mewah adalah barang yang banyak dikonsumsi oleh konsumen dengan tingkat pendapatan yang relatif lebih tinggi setelah dapat memenuhi kebutuhan pokok. Contoh barang mewah adalah emas, kendaraan mewah, perabot rumah mewah.

3. Selera dan preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan dan selera memiliki pengaruh yang cukup besar kepada masyarakat untuk membeli suatu barang. Selera seseorang dapat dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.

4. Dugaan tentang harga relatif di masa depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan permintaan. Misalnya, konsumen akan memperhatikan apakah harga tersebut di masa mendatang akan memiliki

harga yang tinggi sehingga akan mendorong mereka membeli lebih banyak di masa kini.

5. Jumlah penduduk

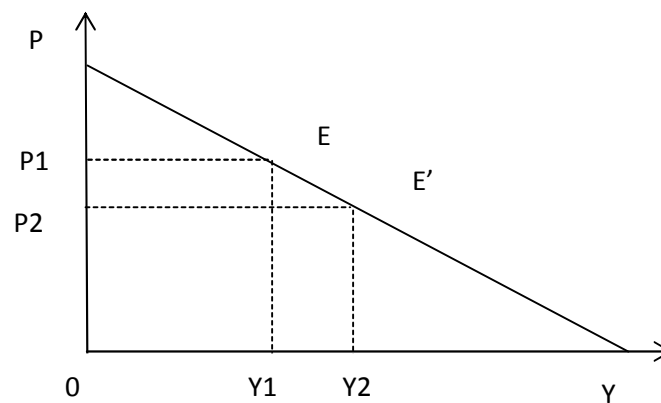
Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan tetapi diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja.

6. Distribusi pendapatan

Pendapatan masyarakat yang tertentu akan menimbulkan permintaan yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah distribusinya.

Menurut Gilarso (2007) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain :

- a. Jumlah pembeli, jika jumlah pembeli suatu barang tertentu bertambah, maka pada harga yang sama jumlah yang mau dibeli bertambah banyak juga, dan kurva permintaan akan bergeser ke kanan.
- b. Besar penghasilan, yang tersedia untuk dibelanjakan jelas berpengaruh sekali lebih banyak dari segala macam barang dan jasa. Dalam hal ini ada satu pengecualian, yaitu yang disebut *inferior goods*, yaitu barang-barang yang permintaannya justru berkurang bila penghasilan konsumen naik. Semua barang lain disebut *normal goods*, yaitu barang yang permintaannya naik apabila pendapatan konsumen naik.
- c. Harga barang-barang lain, kenaikan harga barang lain itu memperbesar atau justru memperkecil permintaan masyarakat akan suatu barang tersebut, itu tergantung apakah barang lain itu ada keterkaitan dengan barang tersebut.



Sumber : Gilarso, 2007

Gambar 1. Kurva Permintaan

Kurva permintaan dapat digambarkan seperti yang terlihat dalam Gambar 1, jumlah yang mau dibeli (Q) diukur dengan sumbu X (horisontal), sedangkan harga (P) diukur dengan sumbu Y (vertikal). Kurva permintaan menunjukkan bahwa antara harga dan jumlah yang mau dibeli terdapat suatu hubungan yang negatif atau berbalikan, yaitu jika harga naik, maka jumlah yang dibeli akan berkurang dan jika harga turun, maka jumlah yang mau dibeli akan bertambah. Gejala ini disebut hukum permintaan (Gilarso, 2007).

B. Elastisitas Permintaan

Menurut Sukirno (2008), elastisitas adalah suatu pengertian yang menggambarkan derajat kepekaan atau respon dari jumlah barang yang diminta atau ditawarkan akibat perubahan faktor yang mempengaruhinya.

Elastisitas Permintaan adalah suatu alat atau konsep yang digunakan untuk mengukur derajat kepekaan atau respon perubahan jumlah atau kualitas barang yang dibeli sebagai akibat perubahan faktor yang mempengaruhi. Maka dikenal tiga elastisitas permintaan, yaitu: “Elastisitas Harga Permintaan, Elastisitas Silang dan Elastisitas Pendapatan”.

1. Elastisitas Harga Permintaan

Elastisitas harga permintaan adalah derajat kepekaan atau respon jumlah akibat perubahan harga barang atau dengan kata lain merupakan perbandingan dari pada persentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan presentase perubahan dengan harga dipasar, sesuai hukum permintaan, apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan, dan apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta mengalami kenaikan. Faktor yang mempengaruhi elastisitas harga permintaan:

- a. Tersedia atau tidaknya barang pengganti dipasar
 - b. Jumlah pengguna atau tingkat kebutuhan dari barang tersebut
 - c. Jenis barang dan pola preferensi konsumen
 - d. Periode waktu yang tersedia untuk menyesuaikan terhadap perubahan harga atau priode waktu penggunaan barang tersebut
 - e. Kemampuan relatif anggaran untuk mengimpor barang
2. Elastisitas Silang Koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang apabila terjadi perubahan terhadap harga barang lain dinamakan elastisitas permintaan silang atau dengan ringkas elastisitas silang.
3. Elastisitas Pendapatan yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap sesuatu barang sebagai akibat dari pada perubahan pendapatan pembelian dinamakan elastisitas pendapatan.

C. Definisi Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada Pasal 1 dijelaskan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Pariwisata adalah kegiatan dimana orang terlibat dalam perjalanan jauh dari tempat tinggal terutama untuk bisnis atau kesenangan. Pariwisata adalah bisnis dimana menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan dan melibatkan setiap pengeluaran yang dikeluarkan oleh atau untuk pengunjung untuk perjalanannya.

Menurut Yoeti (2008) pariwisata memiliki enam ciri-ciri antara lain :

1. *Service industry*

Perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa (*service industry*) yang masing-masing bekerja sama menghasilkan produk (*good and services*) yang dibutuhkan wisatawan selama dalam perjalanan wisata pada daerah tujuan wisata. Pengertian-pengertian yang terkandung dalam *service industry* antara lain :

- a. Penyediaan jasa-jasa pariwisata (*tourist supply*) berlaku pula hukum ekonomi dan tidak terlepas dari permasalahan permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*).
- b. Penawaran (*supply*) dalam industri pariwisata tidak tersedia bebas akan tetapi diperlukan pengolahan dan pengorbanan biaya untuk memperolehnya.

2. *Labor intensive*

Yang dimaksud dengan *labor intensive* pariwisata sebagai suatu industri adalah banyak menyerap tenaga kerja. Dalam suatu penelitian mengatakan beberapa persen dari belanja wisatawan pada suatu daerah wisata digunakan untuk membayar uph dan gaji (*wages and salaries*).

3. *Capital intensive*

Industri pariwisata sebagai *capital intensive* adalah untuk membangun sarana dan prasarana industri pariwisata diperlukan modal yang besar untuk investasi, akan tetapi dilain pihak pengembalian modal yang diinvestasikan itu relatif lama dibandingkan dengan industri manufaktur lainnya.

4. *Sensitive*

Industri pariwisata sangat peka terhadap keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortably*). Dalam melakukan perjalanan wisata tidak seorang pun wisatawan yang mau mengambil resiko dalam perjalanan yang dilakukan.

5. *Seasonal*

Industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh musim, bila pada masa musim liburan (*peak season*) semua kapasitas akan terjual habis dan sebaliknya pada masa musim libur selesai (*off-season*) semua kapasitas terbengkalai (*idle*) karena sepi pengunjung.

6. *Quick Yielding Industry*

Dengan mengembangkan pariwisata sebagai suatu industri, devisa (*foreign exchange*) akan lebih cepat jika dibandingkan dengan kegiatan ekspor yang dilakukan secara konvensional. Devisa yang diperoleh langsung pada saat

wisatawan melakukan perjalanan wisata, karena wisatawan harus membayar semua kebutuhannya mulai dari akomodasi hotel, makanan dan minuman, transportasi lokal, oleh-oleh atau cenderamata, hiburan *city sightseeing* dan *tours*. Semuanya dibayar dengan valuta asing yang tentunya ditukarkan di *money changer* atau bank.

D. Permintaan Pariwisata

Konsumen mempunyai tingkah laku yang beragam dalam memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa (*goods and services*). Yoeti (2008) mengungkapkan terdapat tiga tingkah laku konsumen (*consumer behavior*) dalam memenuhi kebutuhan terhadap barang dan jasa, yaitu :

1. Keterbatasan pendapatan (*income*)
2. Melakukan pembelian dengan bertindak secara rasional
3. Ingin mencapai kepuasan (*to maximize their total satisfaction*)

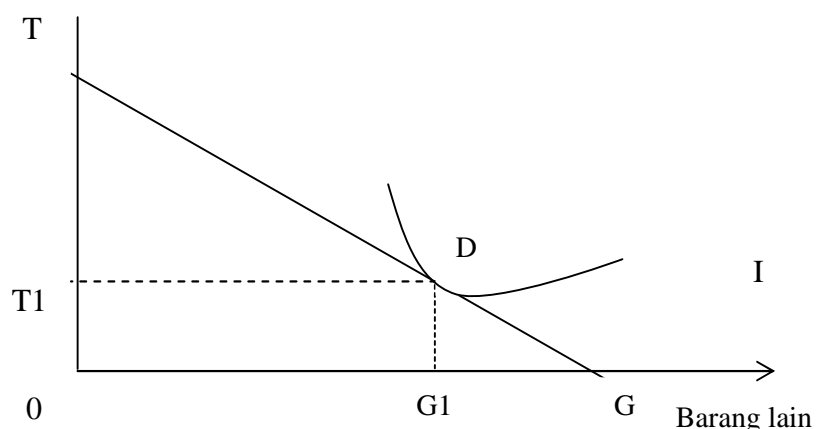
Data vital yang dapat dijadikan indikator permintaan wisatawan akan suatu daerah wisata adalah :

1. Jumlah atau kuantitas wisatawan yang datang
2. Alat transportasi apa yang digunakan sehubungan dengan kedatangan wisatawan tersebut
3. Berapa lama waktu tinggal
4. Berapa jumlah uang yang dikeluarkan

Permintaan pariwisata juga didasarkan pada anggaran belanja yang dimilikinya, hal ini merupakan kunci dari permintaan pariwisata. Seseorang akan mempertimbangkan untuk mengurangi anggaran yang dimilikinya untuk suatu kepentingan liburan. Dalam kondisi ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan

seluruh anggarannya untuk berpariwisata dan pada selain itu juga dapat digunakan seluruhnya untuk mengkonsumsi barang lain. Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang tergantung pada preferensi mereka.

Kombinasi alternatif antara pariwisata dan barang lain dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama kepada konsumen, misalnya konsumsi yang rendah terhadap pariwisata dan konsumsi yang tinggi terhadap barang lain memberikan kepuasan yang sama seperti konsumsi pariwisata yang tinggi dan konsumsi barang lain yang rendah. Seseorang dapat mengalokasikan anggarannya antara untuk pariwisata dan barang lainnya dengan memilih kombinasi yang memaksimalkan kepuasan. Pada D, dimana kurva indifferen bersinggungan dengan budget line, menghasilkan tingkat pariwisata OT_1 dan konsumsi OG_1 dari barang lain. Seseorang dengan preferensi yang lebih kuat terhadap pariwisata akan mengambil kombinasi sebelah kiri titik D, sedangkan seseorang yang lebih banyak mengkonsumsi barang lain akan memiliki kurva indifferen yang bersinggungan dengan TG ke arah kanan titik D (Sinclair dan Stabler, 1997)



Sumber: Sinclair dan Stabler (1997)

Gambar 2. Kurva Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya

Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya

Orang harus memutuskan tidak hanya kombinasi yang paling disukai antara pariwisata terhadap barang lain, namun juga kombinasi yang paling disukai antara berbagai jenis pariwisata. Sebagai contoh, seorang wisatawan dapat membelanjakan seluruh anggaran berwisatanya untuk berkunjung ke teman atau seluruhnya digunakan untuk berlibur di lokasi baru, ke luar negeri, atau dapat pula memilih berbagai kombinasi dari keduanya. Posisi optimal pada akhirnya tergantung pada anggaran dan preferensi seseorang serta diasumsikan bahwa anggaran dialokasikan antara jenis-jenis pariwisata yang berbeda agar memaksimalkan kepuasan. Fungsi permintaan pariwisata dapat dituliskan sebagai berikut :

$$D = f(X_1, X_2, X_n..)$$

Dimana D adalah permintaan pariwisata dan X_1, X_2, \dots, X_n adalah sebagai variabel bebas yang berkedudukan sebagai faktor yang mempengaruhi permintaan. Uang mengidentifikasi maka diperlukan faktor-faktor eksternal dan internal untuk melihat dan menganalisis strategi yang tepat pada pengembangan kawasan objek wisata dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

E. Jenis dan Macam Pariwisata

Menurut Spillane (2002) mengungkapkan bahwa terdapat berbagai macam jenis pariwisata berdasarkan motif seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Perbedaan motif tersebut mempengaruhi preferensi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dan kemudian akan tercermin pada jenis pariwisata yang berbeda. Jenis dan macam pariwisata dijelaskan sebagai berikut :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hiburan di kota besar ataupun ikut serta dalam keramaian pusat wisatawan. Jenis pariwisata ini menyangkut banyak unsur yang sifatnya berbeda, disebabkan pengertian *pleasure* akan selalu berbeda kadar kepuasannya sesuai dengan karakter, cita rasa, latar belakang kehidupan, serta tempramen masing-masing individu.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari liburnya untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, dan yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Dengan kata lain mereka lebih menyukai *health resort*. Termasuk dalam kategori ini adalah mereka yang karena alasan kesehatan dan kesembuhan harus tinggal di tempat khusus untuk memulihkan kembali kesehatannya.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monument bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan besar masa kini, pusat kerajinan, pusat keagamaan atau juga untuk ikut serta dalam festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

4. Pariwisata untuk olahraga (*Sport Tourism*)

Pariwisata jenis ini dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu :

- a. *Big Sport Event*, yaitu peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian bagi penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu peristiwa olahraga bagi mereka yang ingin mempraktekkan diri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli, kegiatan pariwisata ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada seseorang untuk memilih tujuan maupun waktu perjalanan.

6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Pariwisata ini banyak diminati oleh negara-negara karena ketika diadakan suatu konvensi atau pertemuan maka akan banyak peserta yang hadir untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu di negara yang mengadakan konvensi. Negara yang sering mengadakan konvensi akan mendirikan bangunan-bangunan yang menunjang diadakannya pariwisata konvensi.

F. Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)

Travel Cost Method (TCM) dikembangkan untuk menilai kegunaan dari barang non-market, daerah yang letak geografisnya khusus dan lokasi yang dipergunakan untuk rekreasi. Misalnya, alam yang sering kali digunakan untuk rekreasi (kebun raya, hutan, pantai, danau, dll). Alam secara khusus tidak memegang harga dalam

pasar sehingga kita harus menemukan alternatif yang dimaksudkan untuk memperkirakan nilainya.

Menurut Hufschmidt et al (1996), pendekatan biaya perjalanan merupakan suatu cara menilai barang yang tidak memiliki harga. Di negara maju, pendekatan ini telah dipakai secara meluas untuk mendapatkan kurva permintaan barang-barang rekreasi. Rekreasi di luar (*outdoor recreation*) merupakan contoh yang biasa digunakan bagi barang-barang yang tidak memiliki harga. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi tempat rekreasi. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen ini, dapat dikaji berapa nilai (*value*) yang diberikan konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan.

Pendekatan biaya perjalanan berhubungan dengan tempat khusus dan mengukur nilai dari tempat tertentu dan bukan rekreasi pada umumnya (Hufschmidt et al, 1996). Secara umum terdapat dua teknik yang digunakan dalam menentukan nilai ekonomi berdasarkan TCM, yaitu *Zonal Travel Cost Method* (ZTCM) dan *Individual Travel Cost Method* (ITCM). ZTCM merupakan pendekatan yang relatif mudah dan murah. Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur nilai dari jasa rekreasi dari sebuah tempat secara keseluruhan. ZTCM diaplikasikan dengan mengumpulkan informasi dari jumlah kunjungan ke tempat rekreasi dari berbagai daerah atau zona. Dalam hal ini, biaya perjalanan dan waktu akan meningkat seiring dengan meningkatnya jarak, maka informasi yang didapat memungkinkan peneliti untuk memperhitungkan jumlah kunjungan di berbagai harga. Informasi tersebut digunakan untuk membangun fungsi permintaan dan mengestimasi

surplus konsumen, atau keuntungan ekonomi untuk jasa rekreasi dari sebuah tempat.

Peralihan metode biaya perjalanan dari ZTCM menjadi ITCM dalam menurunkan nilai surplus konsumen disebabkan beberapa hal, pertama sering analisa yang dilakukan didasarkan pada *willingness to pay* individual. Hal yang kedua adalah karena pengamatan sering kali teramat kecil dibandingkan dengan keseluruhan zona, ketiga sering ditemui situasi dimana sejumlah individu melakukan perjalanan dari daerah asal yang umum dan selanjutnya terdispersi dalam kelompok-kelompok kecil menuju lokasi wisata sekitarnya. Sebab lain yaitu karena individu tidak semata-mata ingin menikmati pariwisata saja tetapi mungkin kombinasi dari melihat-lihat, berburu, dan sebagainya. Metodologi ITCM secara prinsip sama dengan ZTCM namun ITCM menggunakan data dari survei setiap pengunjung dalam analisis statistik bukan data dari masing-masing zona. Sehingga metode ini memerlukan data yang lebih banyak dan analisis lebih rumit, tetapi akan memberikan hasil yang lebih tepat.

ITCM (*individual travel cost method*) pada dasarnya serupa dengan ZTCM, tetapi menggunakan data survey yang berasal dari pengunjung secara individu dalam analisis statistik daripada data dari setiap zona. Metode ini memerlukan pengumpulan data yang lebih banyak dan analisis yang lebih sulit tetapi akan memberikan hasil yang lebih tepat. Dengan menggunakan data survey, peneliti dapat memulainya dengan cara yang sama dari ZTCM, dengan memperkirakan hubungan diantara jumlah kunjungan dengan biaya perjalanan dan variabel yang relevan lainnya menggunakan analisis regresi. Persamaan regresi memberikan

fungsi permintaan untuk rata-rata pengunjung yang datang, dan area dibawah kurva permintaan tersebut merupakan rata-rata dari surplus konsumen.

Dalam membangun fungsi permintaan dalam TCM diperlukan asumsi dasar agar penilaian sumberdaya alam dengan metode ini tidak bias. Adapun asumsi yang membangun fungsi permintaan tersebut adalah :

1. Biaya perjalanan dan biaya waktu digunakan sebagai *proxy* atas harga dari rekreasi.
2. Waktu perjalanan bersifat netral, artinya tidak menghasilkan utilitas dan disutilitas.
3. Perjalanan merupakan perjalanan tunggal (bukan *multitrips*).

Bentuk persamaan ITCM adalah sebagai berikut :

$$V_{ij} = f(C_{ij}, X_i)$$

Keterangan :

V_{ij} = Jumlah kunjungan per tahun dari individu i ke tempat rekreasi j

C_{ij} = Biaya perjalanan individu i ke tempat rekreasi j

X_i = Faktor-faktor lain yang menentukan kunjungan individu i

Kelebihan dari ITCM dibandingkan dengan ZTCM diantaranya :

1. Lebih efisien dari sisi statistik (proses perhitungan).
2. Konsistensi teori dalam perumusan model permintaan dan perilaku individu.
3. Menghindari keterbatasan zonal atau lokasi.
4. Menambah heterogenitas karakteristik populasi pengunjung diantara suatu zona, serta mengeliminasi efek pengunjung dengan tingkat kunjungan nol (*non-participant*).

Adapun kelemahan dari penggunaan metode biaya perjalanan ini diantaranya :

1. Hanya dibangun berdasarkan asumsi bahwa setiap individu hanya memiliki satu tujuan untuk mengunjungi tempat wisata yang dituju.
2. Tidak membedakan individu yang memang datang dari kalangan pelibur dan mereka yang datang dari wilayah setempat.
3. Masalah pengukuran nilai dari waktu, dalam teori ekonomi mikro, variabel waktu memiliki nilai intrinsik tersendiri yang dinyatakan dalam bentuk *opportunity cost*.

Fauzi (2004) Nilai ekonomi rekreasi yang diduga dengan menggunakan metode biaya perjalanan meliputi biaya transport pulang pergi dari tempat tinggalnya ke obyek wisata dan pengeluaran lain selama di perjalanan dan di dalam obyek wisata mencakup dokumentasi, konsumsi, parkir, dan biaya lain yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi untuk satu hari kunjungan. Sehingga biaya perjalanan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{BPt = BTr + BKr + BL}$$

Keterangan :

BPt = Biaya Perjalanan (Rp/orang/hari)

BTr = Biaya Transportasi (Rp/orang/hari)

BKr = Biaya Konsumsi selama rekreasi (Rp/orang/hari)

BL = Biaya Lainnya (Rp)

Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) untuk menghitung atau mengestimasi nilai ekonomi wisata Taman Palem Indah. Pada dasarnya semua metode dapat digunakan untuk menghitung nilai

ekonomi suatu kawasan. Seseorang yang melakukan kegiatan wisata atau rekreasi pasti melakukan mobilitas atau perjalanan dari rumah menuju obyek wisata dan dalam melaksanakan kegiatan tersebut pelaku memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi, sehingga biaya perjalanan (*travel cost*) dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang.

G. Hubungan Antara Variabel

1. Permintaan Jumlah Kunjungan Pengunjung ke Objek Wisata

Dalam penelitian ini jumlah kunjungan terhadap objek wisata di duga di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti pendapatan, lama perjalanan, biaya perjalanan, fasilitas dan biaya perjalanan ke objek lain.

2. Biaya Perjalanan

Ketika melakukan perjalanan wisata wisatawan akan menggunakan pendapatan bebas (*disposable income*) untuk keperluan wisata seperti *hotel accomodation, food and beverages, transportations, and others (laundry, newspapers)*, (Yoeti, 2008). Biaya perjalanan adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai di objek wisata Taman Palem Indah dan biaya selama di objek wisata Taman Palem Indah. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya lain yang relevan.

3. Biaya Perjalanan Ke Objek lain dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Objek wisata lain merupakan pesaing langsung dari sebuah objek wisata. Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata adalah adanya persaingan langsung dari objek wisata lain dalam hal biaya perjalanan yang

kompetitif. Semakin besar biaya pelayanan suatu objek wisata kompetitor, semakin besar ketidakinginan untuk pergi ke objek wisata kompetitor tersebut untuk itu permintaan menjadi rendah. Faktor ini menangkap hubungan terbalik antara harga dari sebuah barang atau pelayanan dan permintaannya (Intosh, 2004).

4. Pendapatan

Semakin besar pendapatan yang bebas digunakan maka semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan sehingga akan meningkatkan Permintaan (Yoeti, 2008).

5. Fasilitas Pariwisata

Menurut Spillane (2002) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas. Wisatawan akan sangat memperhatikan fasilitas yang tersedia pada objek wisata yang bersangkutan. Fasilitas yang dimaksud antara lain adalah fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, hiburan, kamar kecil dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas merupakan unsure industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan. Seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk kembali lagi kesana dalam lain kesempatan.

Dalam pariwisata, barang substitusi dan barang komplementer berupa objek wisata lain yang dapat menggantikan atau melengkapi objek wisata yang ada. Munculnya barang lain ini dapat terjadi karena bedanya fasilitas yang ditawarkan atau bedanya biaya perjalanan yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk berkunjung.

H. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, penulis mencoba mempelajari penelitian yang berkaitan dan relevan dengan topik yang sedang ditulis dan telah ditulis oleh peneliti sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut disajikan dalam tabel ringkasan sebagai berikut:

Tabel 5. Penelitian Terdahulu

Tinjauan Empiris 1	
Judul	Analisis Faktor-Faktor Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Waleri Kabupaten Kendal
Penulis	M.Akrom K (2014)
Tujuan	Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Cahaya adalah pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, lama perjalanan dan fasilitas.
Variabel	Pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain, lama perjalanan, fasilitas, jumlah kunjungan wisatawan
Ruang Lingkup Ekonomi	Kabupaten Kendal
Metode Penelitian	Regresi linier berganda
Hasil Dan Pembahasan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya, sedangkan biaya perjalanan, biaya

	perjalanan ke objek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya
Tabel 5. (lanjutan)	
Tinjauan Empiris 2	
Judul	Analisi Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal
Penulis	Diana Igunawati (2010)
Tujuan	Untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal
Variabel	Biaya Perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Biaya Perjalanan ke Objek wisata lain (Guci), Penghasilan individu, Jarak, Waktu kerja, Umur, Pengalaman berkunjung sebelumnya
Ruang Lingkup Ekonomi	Kabupaten Tegal
Metode Penelitian	Regresi linear berganda dengan menggunakan OLS dan Surplus Value
Hasil Dan Pembahasan	Hasil penelitian menunjukkan tiga variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Tirta Waduk Cacaban yaitu biaya perjalanan menuju ke Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp 154.271,25 per tahun atau Rp 77.135,63 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar Rp 2.859.263.348 per tahun (nilai surplus konsumen per individu per tahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2007). Kemampuan membayar pengunjung atas objek wisata Tirta Waduk Cacaban adalah Rp 77.135,63 per individu per satu kali kunjungan masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata yaitu Rp 35.358,97. Pengembangan objek wisata Tirta Waduk Cacaban perlu ditingkatkan lagi selain dalam pengelolaan juga dalam pengoptimalan potensi yang dimiliki.

Tabel 5. (lanjutan)

Tinjauan Empiris 3	
Judul	Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara
Penulis	Deva Millian Satria Yuwana (2010)
Tujuan	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Kawasan dataran tinggi dieng
Variabel	Biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan menuju objek wisata lain (Baturaden), umur pengunjung, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak.
Ruang Lingkup Ekonomi	Kabupaten Banjarnegara
Metode Penelitian	Regresi Linier Berganda
Hasil Dan Pembahasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima variabel independent dalam persamaan regresi, dua diantaranya tidak signifikan yaitu variabel umur dan variabel jarak. Hal ini dilihat dari probabilitas signifikansi yang jauh dibawah tingkat signifikansi yang sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng secara parsial dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan pengunjung menuju objek wisata lain (Baturaden) dan varibel penghasilan rata-rata per bulan.

Tabel 5. (lanjutan)

Tinjauan Empiris 4	
Judul	Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Taman Nasional Krimunjawa Kabupaten Jepara.
Penulis	Novrani Anasthacia (2014)
Tujuan	Untuk menganalisis pengaruh variabel biaya perjalanan ke objek wisata, variabel objek wisata lain (P.Kartini), variabel pendapatan individu, variabel lama perjalanan, variabel jarak, variabel umur, variabel fasilitas-fasilitas, variabel karakteristik masyarakat, dan variabel keindahan alam Laut Karimunjawa terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa
Variabel	Biaya perjalanan ke objek wisata lain, lama perjalanan, biaya perjalanan, pendapatan individu, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat dan keindahan alam Laut Karimunjawa
Ruang Lingkup Ekonomi	Kabupaten Jepara
Metode Penelitian	Regresi linier berganda
Hasil Dan Pembahasan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dan lama perjalanan, berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan objek wisata sedangkan variabel biaya perjalanan, pendapatan individu, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat dan keindahan alam Laut Karimunjawa menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan objek wisata. Variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (P.Kartini), fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam Laut Karimunjawa, sedangkan variabel pendapatan, lama perjalanan, jarak, dan umur tidak signifikan mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa.

Tabel 5. (lanjutan)

Tinjauan Empiris 5	
Judul	Perbandingan Surplus Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Pada Pantai Mutun MS Town dan Pulau Tangkil, Kabupaten Pesawaran, Bandar Lampung.
Penulis	Eva Meliana Sari (2013)
Tujuan	Untuk memberikan deskripsi kondisi obyek wisata Pantai Mutun MS Town dan Pulau Tangkil, membandingkan surplus konsumen di kedua obyek wisata Pantai Mutun MS Town dan Pulau Tangkil, mengestimasi tingkat retribusi optimum harga tiket di Pantai Mutun MS Town dan Pulau Tangkil, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata menuju Pantai Mutun MS Town dan Pulau Tangkil.
Variabel	Biaya perjalanan individu ke objek wisata Pulau Tangkil, umur, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan, asal kedatangan, pendapatan, jarak, lama mengetahui objek wisata Pulau Tangkil, lama kunjungan, lama perjalanan.
Ruang Lingkup Ekonomi	Kabupaten Pesawaran
Metode Penelitian	Regresi Linier Berganda dan Biaya Perjalanan (TC)
Hasil Dan Pembahasan	Pantai Mutun MS Town lebih mengedepankan konsep pantai dengan berbagai sarana dan prasarana yang lengkap, sementara Pulau Tangkil menawarkan keindahan alam berupa pantai dan pulau yang masih alami tidak terlalu dilengkapi dengan berbagai sarana dan prasarana, sehingga keindahan dan keasriannya masih sangat terjaga. Surplus konsumen di Pantai Mutun MS Town berdasarkan metode biaya perjalanan individual sebesar Rp 2.764.045,00 per individu per kunjungan. Surplus konsumen di Pulau Tangkil yang diperoleh dengan menggunakan metode biaya perjalanan adalah sebesar Rp 1.577.320,00. Pengelola objek wisata Pantai Mutun MS Town dan Pulau Tangkil masih bisa menaikkan harga tiket masuk menuju masing-masing lokasi wisata jika pemilik objek wisata mampu melakukan

 Tinjauan Empiris 5

perbaikan terhadap berbagai fasilitas yang ada, baik fasilitas inti maupun fasilitas penunjang yang sesuai dengan harapan pengunjung. Terdapat empat faktor sosial ekonomi yang berpengaruh terhadap fungsi permintaan Pantai Mutun MS Town yakni umur, *dummy* status pernikahan, lama pendidikan dan waktu yang dihabiskan di lokasi, sedangkan terdapat tiga faktor sosial ekonomi yang berpengaruh terhadap fungsi permintaan Pulau Tangkil yakni jarak tempuh, lama mengetahui lokasi dan biaya perjalanan.

I. Kerangka Pemikiran

Salah satu cara meningkatkan pembangunan di suatu daerah adalah dengan melakukan pengembangan di sektor pariwisata. Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Kemandirian suatu daerah juga dapat ditopang dari sektor pariwisata. Pada umumnya potensi obyek wisata yang terdapat di Kota Metro didominasi oleh obyek wisata seperti kolam renang. Di Kota Metro telah banyak pariwisata kolam renang pada lokasi, fasilitas dan harga tiket yang berbeda. Pilihan konsumen untuk menikmati wisata kolam renang tidak berdiri sendiri. Terdapat faktor-faktor penentu yang mempengaruhi setiap konsumen. Oleh sebab itu setiap obyek wisata memiliki permintaan yang berbeda-beda. Maka obyek wisata harus melakukan pengembangan dan pengelolaan dengan maksud menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk melakukan kunjungan ke suatu obyek wisata.

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa variabel bebas yaitu variabel biaya perjalanan, variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain, variabel pendapatan, dan variabel fasilitas, sehingga nantinya akan diperoleh fungsi jumlah

kunjungan wisatawan pada obyek Wisata Taman Palem Indah di Kota Metro. Adapun pendapatan yang digunakan meliputi pendapatan perbulan pengunjung. Untuk biaya perjalanan ini meliputi biaya transportasi, konsumsi, harga tiket masuk, dokumentasi, dan biaya lainnya. Kemudian Biaya perjalanan ke objek wisata lain biaya transportasi, konsumsi, harga tiket masuk, dokumentasi, dan biaya lainnya. Pada variabel pendaptan yaitu gaji atau uang saku responden per bulan. Selanjutnya, fasilitas meliputi tempat parkir, kamar mandi, kantin, tempat bilas, water boom.

Pada mulanya biaya perjalanan digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000).

Dengan adanya biaya perjalanan ke objek wisata lain mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata yang dituju.

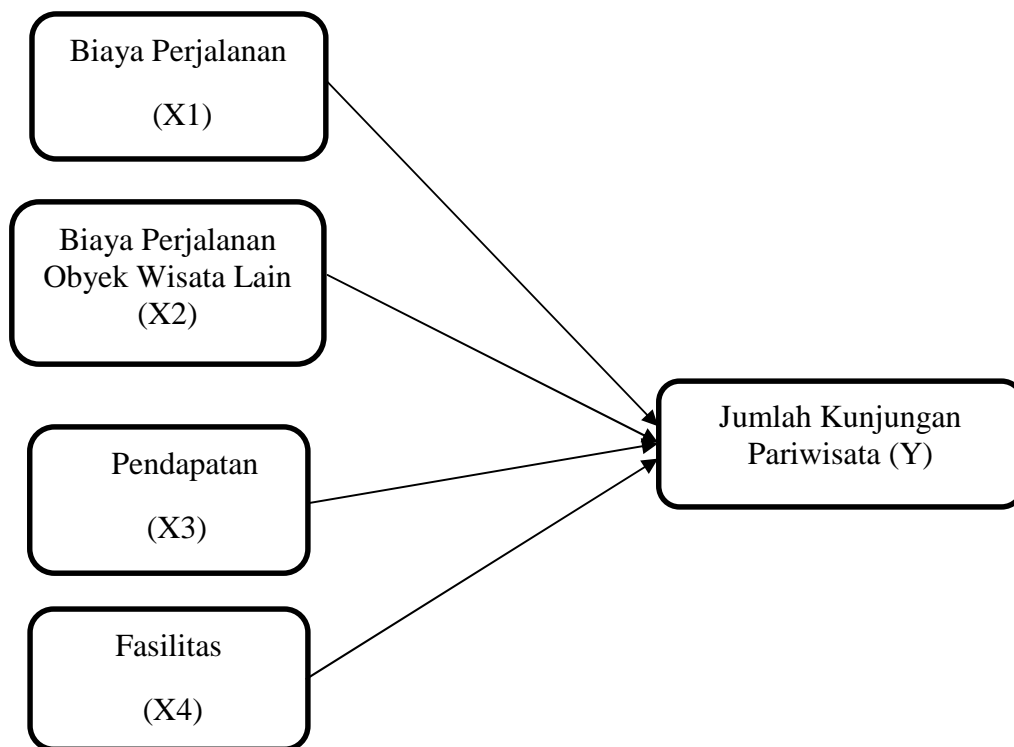
Karena apabila harga dari suatu objek wisata substitusi tinggi, maka wisatawan akan kembali beralih pada wisata yang dituju (Yuwana, 2010).

Variabel pendapatan pengunjung digunakan untuk melihat pengaruh besarnya tingkat pendapatan pengunjung terhadap permintaan pengunjung. Pemilihan variabel pendapatan pengunjung pada penelitian ini adalah karena tingkat pendapatan pengunjung diduga berpengaruh terhadap preferensi pengunjung untuk melakukan perjalanan wisata. Pengunjung akan mempertimbangkan anggaran kemampuannya tersebut apakah akan digunakan untuk kegiatan wisata atau untuk memenuhi kebutuhan konsumsi lain. Tingginya pendapatan pengunjung akan memberikan peluang dan pengaruh terhadap meningkatnya permintaan pengunjung, begitupun sebaliknya (Anasthacia, 2014).

Selera masyarakat juga berpengaruh yang cukup terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang dan jasa. Namun faktor selera dan citarasa bersifat subjektif. Dalam melakukan permintaan akan suatu barang dan jasa, konsumen selalu memilih dan mencari produk barang dan jasa yang dapat memberikan kepuasan yang akan di dapatkan ketika membeli dan mengkonsumsi suatu barang dan jasa tersebut (Nuraini, 2005). Dalam hal ini tingkat kepuasan masyarakat ditunjang oleh kualitas fasilitas yang tersedia pada obyek wisata yang dituju. Jadi semakin baik kualitas fasilitas yang tersedia maka semakin banyak permintaan pada obyek wisata tersebut begitu sebaliknya.

Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan pada obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro. Faktor-faktor yang akan diteliti yaitu faktor biaya perjalanan, biaya perjalanan ke

obyek wisata lain, faktor pendapatan, dan faktor fasilitas dimana keempat aktor tersebut merupakan variabel X dalam penelitian ini. Seperti pada gambar 4 berikut:



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

J. Hipotesis

Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritis terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.
2. Diduga biaya perjalanan ke obyek wisata lain berpengaruh positif terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.

3. Diduga pendapatan wisatawan berpengaruh positif terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.
4. Diduga fasilitas berpengaruh positif terhadap permintaan jumlah kunjungan wisatawan Taman Palem Indah.
5. Diduga biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain, pendapatan, dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap permintaan jumlah kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah.
6. Diduga biaya perjalanan barang elastis sedangkan biaya perjalanan obyek wisata lain, pendapatan, dan fasilitas barang inelastis.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di obyek wisata Taman Palem Indah yang terletak di Kota Metro, Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa obyek wisata tersebut merupakan salah satu pariwisata yang letaknya sangat strategis. Selain itu, obyek wisata ini merupakan tempat wisata yang beroperasi cukup lama dan sudah dua kali berganti manajemen pada tahun 2014. Pengambilan data primer dilakukan pada tanggal 25 November 2017, pengambilan sampel hanya dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu dikarenakan wisata Taman Palem Indah sangat ramai pengunjung di hari tersebut.

B. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu (Kuncoro, 2013).

1. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, seperti data jumlah kunjungan wisata, jumlah biaya perjalanan ke objek wisata, data jumlah pendapatan individu.

2. Data kualitatif adalah data yang digunakan untuk melengkapi, menjelaskan dan memperkuat data kuantitatif dalam menganalisis data yang diteliti.

Sumber data dapat dibedakan dan diperoleh menjadi dua bagian:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan pengisian kuesioner oleh responden yang ditemui sedang berwisata di objek Wisata Taman Palem Indah.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain seperti pengelola objek Wisata Taman Palem Indah, internet, serta literatur-literatur berupa buku maupun jurnal yang dapat mendukung penelitian.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Terdapat empat variabel bebas dan satu variabel terikat yang digunakan dalam analisis kunjungan wisatawan ke objek wisata Taman Palem Indah.

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Permintaan jumlah kunjungan wisata ke Taman Palem Indah (Y), merupakan banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama satu tahun terakhir ke objek wisata Taman Palem Indah. Skala pengukuran variabel ini adalah dalam frekuensi jumlah kunjungan wisatawan di Taman Palem Indah. Diasumsikan bahwa jumlah atau frekuensi wisatawan Taman Palem Indah

merupakan kuantitas permintaan individu (responden) terhadap Taman Palem Indah.

2. Biaya Perjalanan (X1), Keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Taman Palem Indah. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya harga tiket, biaya penginapan, biaya konsumsi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Indikator dari variabel ini menggunakan skala rasio yang diukur dalam satuan Rupiah (Rp).
3. Biaya Perjalanan ke Objek ke Wisata Lain (X2), Keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Kolam Renang Tejosari di Kota Metro. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya harga tiket, biaya konsumsi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Indikator dari variabel ini menggunakan skala rasio yang diukur dalam satuan Rupiah (Rp).
4. Pendapatan Wisatawan (X3), merupakan pendapatan (uang saku) pengunjung Taman Palem Indah yang diterima selama 1 bulan, indikator dari variabel ini menggunakan skala rasio yang diukur dalam satuan rupiah tiap bulannya (Rp).
5. Fasilitas (X4), merupakan preferensi pengunjung fasilitas yang terdapat di sekitar objek wisata Taman Palem Indah. Variabel ini diukur dengan skala ordinal. Dalam hal ini indikator fasilitas yang dimaksud :
 - a. Kamar Bilas

Kamar Bilas merupakan tempat pengunjung membersihkan diri setelah berenang dan juga tempat ganti pakaian.

b. Kemanan

Keamanan merupakan petugas yang menjaga disetiap sisi kolam renang untuk keselamatan pengunjung.

c. Toilet

Toilet merupakan tempat buang air kecil dan buang air besar untuk pengunjung.

d. Tempat Parkir

Dengan adanya tempat parkir maka pengunjung dapat memarkirkan kendaraannya dengan rapih dan lebih aman.

e. Water Boom

Fasilitas ini merupakan favorit pengunjung kolam renang untuk lebih menyalurkan kesenangannya.

1. Pengukuran skala :

Persepsi pengunjung dinilai dengan menggunakan skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu hal yang ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang disebut variabel penelitian. (Sugiyono, 2016). Skala Likert berhubungan dengan terhadap suatu jawaban pada setiap indikator instrument, menggunakan skala Likert mempunyai nilai gradasi dari yang tertinggi sampai yang terendah. yaitu:

	Skor:
- Sangat mudah (kondisi yang sangat diharapkan)	5
- Mudah (kondisi yang diharapkan baik)	4
- Cukup mudah (kondisi yang cukup diharapkan)	3
- Kurang mudah (kondisi yang kurang diharapkan)	2

- Sulit (kondisi yang tidak diharapkan)

1

2. Transformasi Skala Ordinal menjadi Skala Interval

Menurut tingkatannya, data secara beruntut dari skala terendah ke tertinggi adalah data nominal, ordinal, interval dan rasio. Dalam penggunaan analisis, minimal skala yang digunakan adalah skala interval. Sebelum memasukkan variabel penilaian konsumen (U) ke dalam model regresi, variabel ini diubah dari skala ordinal menjadi skala interval. Transformasi dilakukan dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dari departemen *Statistik Universitas Padjajaran* yaitu suatu metode yang digunakan untuk menaikkan atau mengubah tingkat pengukuran dari data ordinal menjadi interval (Al Rasyid, 2010).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek tersebut (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Taman Palem Indah.

2. Sampel

Menurut Ferdinand (2014), sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Dengan meneliti sampel, seorang peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasinya. Penentuan jumlah sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain

tujuan penelitian. Dalam penentuan jumlah sampel juga memerlukan beberapa pertimbangan.

Pemilihan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan responden yang ditemui di lokasi secara sengaja sesuai dengan kriteria yang dikehendaki. Adapun kriteria yang dikehendaki yaitu pengunjung yang berusia di atas 20 tahun, sudah berpenghasilan, dapat berkomunikasi dengan baik dan bersedia menjawab pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya pengunjung yang melakukan rekreasi di Taman Palem Indah.

Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampling yang didasarkan pada kebetulan semata, maka dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas kelonggaran kesalahan yang digunakan 10%

Jumlah pengunjung Taman Palem Indah pada tahun 2016 sebanyak 68.811 orang. Jumlah pengunjung tersebut digunakan untuk mencari jumlah sampel atau responden yang digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, jika jumlah pengunjung dimasukkan kedalam rumus Slovin maka akan diperoleh jumlah responden yang tepat dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = 68.811 / 1 + 68.811 (0,1)^2$$

$$n = 68.811 / 689,11$$

$$n = 99,85 = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh bahwa sampel atau responden yang tepat digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Metode kuesioner

Metode kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memperoleh data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang akan diisi atau dijawab oleh para responden (Sugiyono, 2016).

2. Wawancara

Wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden yang akan dijadikan sampel untuk membutuhkan data yang dibutuhkan.

3. Observasi

Observasi yaitu Penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap objek baik secara langsung maupun tidak langsung disebut pengamatan.

4. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dari hasil publikasi lembaga-lembaga atau instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya, Badan Pusat Statistik, pihak pengelola dan lainnya.

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen

(Noor,2011). Untuk mengukur validitas digunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus Korelasi *Product Moment* yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{[(n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)][(n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)]}}$$

keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

X = Skor masing-masing pernyataan dari tiap responden

Y = skor total semua pernyataan dari tiap responden

Pengujian kevalidan menggunakan *r Productmoment* pada derajat kebebasan (dk) = n-1 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $r_{xy} > r$ tabel, maka daftar pertanyaan dinyatakan valid.

Jika $r_{xy} < r$ tabel maka daftar pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat unuk mengukur kehandalan kuesioner yang mana dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pernyataan seseorang stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Untuk menghitung uji reliabilitas, digunakan rumus Cronbach Alpha sebagai berikut (Arikunto, 2010):

$$r_{11} = \left| \frac{k}{k-1} \right| \left| 1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right|$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya jumlah pertanyaan

ab^2 = jumlah varian pertanyaan

$at^2 = \text{varians total}$

Jika $t \geq$ dari t tabel, maka daftar pertanyaan dinyatakan reliabel.

Jika $t \leq$ dari t tabel, maka daftar pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, suatu variabel dikatakan reliabel jika mempunyai nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2016).

G. Metode Analisis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan alat analisis statistik yaitu regresi linier berganda dengan pendekatan *OLS (Ordinary Least Square)* (Gujarati, 2015).

Analisis ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel. Bentuk umum analisis ini yaitu menghubungkan variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas $X_1, X_2, X_3 \dots X_n$. Pola hubungan antar variabel yang akan dianalisis dilakukan berdasarkan atas data sampel yang diperoleh melalui kuesioner.

Pada penelitian ini untuk menganalisis kunjungan ke objek Wisata Taman Palem Indah yang dipengaruhi oleh pendapatan individu, biaya perjalanan ke objek Wisata Taman Palem Indah, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kolam Renang Tejosari), dan fasilitas, dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4)$$

Dari formulasi tersebut, model regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_t$$

Keterangan :

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Parameter

Y : Kunjungan wisatawan

X1 : Biaya Perjalanan

X2 : Biaya perjalanan ke obyek wisata lain

X3 : Pendapatan

X4 : Fasilitas

e_t : Error Term

2. Elastisitas Variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Elastisitas perubahan persentase Y akibat adanya perubahan persentase nilai X.

Perubahan yang dimaksud bisa positif (searah) atau negatif (berbalik arah) sesuai

tanda koefisien pada regresi Konsep elastisitas digunakan untuk memperoleh

ukuran kuantitatif respon suatu fungsi terhadap faktor yang mempengaruhi

(Sukirno, 2008). Perhitungan elastisitas dalam penelitian ini menggunakan rumus

sebagai berikut :

$$E_i = \frac{dy}{dx_i} \times \frac{x_i}{y}$$

Keterangan :

E_i = Elastisitas

Y = Jumlah barang Q yang diminta

X_i = Harga barang Q

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji asumsi klasik normalitas mengasumsikan bahwa distribusi probabilitas dari gangguan μ_t memiliki rata-rata yang diharapkan sama dengan nol, tidak berkorelasi dan mempunyai varian yang konstan. Dengan asumsi ini penaksir akan memenuhi sifat-sifat statistik yang diinginkan seperti *unbiased* dan memiliki varian yang minimum (Gujarati, 2015).

Ada beberapa metode untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi residual antara lain *Jarque-Bera Test* (J-B Test) dan metode grafik. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode J-B Test, yang dilakukan dengan menghitung nilai *skewness* dan kurtosis, apabila J-B hitung < nilai χ^2 (*Chi-Square*) tabel, maka nilai residual berdistribusi normal (Gujarati, 2015).

Model yang digunakan untuk uji normalitas adalah sebagai berikut :

$$JB = n \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24} \right]$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

S = koefisien skewness

K = koefisien kurtosis

Ho = Data berdistribusi normal

Ha = Data tidak berdistribusi normal

Jika nilai probabilitas JB lebih besar dari 0.05 berarti JB statistik tidak berbeda dengan 0 atau tidak menolak H0. Jika nilai probabilitas JB lebih kecil dari 0.05 maka H0 ditolak.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF), kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variable bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 10 atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2016).

Apabila di dalam model regresi tidak ditemukan uji seperti di atas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas, dan demikian pula sebaliknya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian dari residual model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak homokedisitas atau dengan kata lain tidak konstan. Data yang diambil dari pengamatan satu ke lain atau data yang diambil dari observasi satu ke yang lain tidak memiliki residual yang konstan atau tetap. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan menguji residual hasil estimasi menggunakan metodr *White Heterokedasticity Test (No Cross Term)* dengan membandingkan $Obs * Rsquare$ (x^2 hitung) dengan nilai *Chi-square* (x^2 tabel). Jika nilai $Obs * Rsquare$ (x^2 hitung) yang didapatkan melebihi nilai *Chi-Square*, kesimpulannya adalah terdapat heteroskedastisitas. Jika nilainya tidak melebihi nilai *Chi-Square* kritis, tidak terdapat heteroskedastisitas (Gujarati, 2015).

Hipotesis yang digunakan :

H_0 : model terbebas dari masalah heteroskedastisitas

H_a : model mengalami masalah heteroskedastisitas

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

JB statistik $> \chi^2$ tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima

JB statistik $< \chi^2$ tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana variabel gangguan pada periode tertentu berkorelasi dengan variabel yang pada periode lain, dengan kata lain variabel gangguan tidak random. Faktor-faktor yang menyebabkan autokorelasi antara lain kesalahan dalam menentukan model, penggunaan lag pada model, memasukkan variabel yang penting. Akibat dari adanya autokorelasi adalah parameter yang diestimasi menjadi bias dan variannya minimum, sehingga tidak efisien. (Gujarati, 2015). Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi salah satunya diketahui dengan melakukan Uji *Breusch-Godfrey Test* atau Uji *Lagrange Multiplier (LM)*.

Dari hasil uji LM apabila nilai $Obs \cdot R\text{-squared}$ lebih besar dari nilai χ^2 tabel dengan *probability* $\chi^2 < 5\%$ menegaskan bahwa model mengandung masalah autokorelasi. Demikian juga sebaliknya, apabila nilai $Obs \cdot R\text{-squared}$ lebih kecil dari nilai χ^2 tabel dengan *probability* $\chi^2 > 5\%$ menegaskan bahwa model terbebas dari masalah autokorelasi.

Apabila data mengandung autokorelasi, data harus segera diperbaiki agar model tetap dapat digunakan. Untuk menghilangkan masalah autokorelasi, maka dilakukan estimasi dengan diferensi tingkat satu (Winarno, 2011).

I. Uji Statistik

1. Uji Statistik t

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan. Uji t menggunakan hipotesis sebagai berikut (Gujarati, 2015) :

a. Uji t untuk variabel biaya perjalanan

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara biaya perjalanan dengan jumlah kunjungan wisata ke Taman Palem Indah).
- 2) $H_a : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh positif antara biaya perjalanan dengan jumlah kunjungan wisata ke Taman Palem Indah).

b. Uji t untuk variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Kolam Renang Tejosari)

$H_0 : \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Kolam Renang Tejosari) dengan jumlah kunjungan wisata ke Taman Palem Indah).

$H_a : \beta_2 < 0$ (ada pengaruh negatif antara biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Kolam Renang Tejosari) dengan jumlah kunjungan wisata ke Taman Paalem Indah).

c. Uji t untuk variabel pendapatan

- 1) $H_0 : \beta_3 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara pendapatan dengan jumlah kunjungan wisata ke wisata Taman Palem Indah).
- 2) $H_a : \beta_3 > 0$ (ada pengaruh positif antara pendapatan dengan jumlah kunjungan wisata ke Taman Palem Indah).

d. Uji t untuk variabel fasilitas

- 1) $H_0 : \beta_4 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara fasilitas dengan jumlah kunjungan wisata ke Taman Palem Indah).
- 2) $H_a : \beta_4 > 0$ (ada pengaruh positif antara fasilitas dengan jumlah kunjungan wisata ke Taman Palem Indah).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji Statistik F

Pengujian ini akan memperlihatkan hubungan atau pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. (Gujarati, 2015)

Cara menghitung uji F statistik adalah:

$$F_{tabel} = \frac{1}{F_{\alpha}(v_1, v_2)}$$

Dimana:

$v_1 = \text{numerator degree of freedom}(k-1)$

$v_2 = \text{denominator degree of freedom}(n-k)$

$\alpha = \text{tingkat signifikansi}$

$k = \text{jumlah variabel}$

$n = \text{jumlah pengamatan}$

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$, secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$, secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Dengan kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya seluruh variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat,
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya seluruh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, pendapatan, fasilitas terhadap jumlah permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di kota Metro dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro. Hasil ini telah sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
2. Variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro. Hasil ini telah sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
3. Variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro. Hasil ini telah sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
4. Variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro. Hasil ini telah sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

5. Hasil Uji F-statistik menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam model regresi yaitu pengaruh biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, pendapatan, fasilitas secara bersama-sama mempengaruhi permintaan kunjungan obyek wisata Taman Palem Indah di Kota Metro .
6. Berdasarkan hasil perhitungan elastisitas, variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain, pendapatan, dan fasilitas bersifat inelasti. Sedangkan variabel biaya perjalanan bersifat elastis.

B. Saran

1. Biaya perjalanan menuju obyek wisata Taman Palem Indah bersifat elastis yang berarti tingkat respon pengunjung terhadap biaya yang dikeluarkan sangat sensitif apabila mengalami kenaikan. Jadi, sebaiknya harga tiket masuk Taman Palem Indah di hari weekend tidak dinaikkan dahulu tetap dengan harga Rp 25.000,00 dan di hari Senin – Jumat dengan harga Rp.15.000,00. Namun apabila dari pengelola menaikkan harga tiket maka harus diimbangi dengan pengembangan dan perbaikan tempat wisata sesuai harapan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrom, M.K. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Waleri Kabupaten Kendal*. (Skripsi). Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Al Rasyid, Harun. 2010. *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Anasthacia, Novrani. 2014. *Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Taman Nasional Krimunjawa Kabupaten Jepara*. (Skripsi). Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Arikunto, S. 2010. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 2010, Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Firandari, Tri. 2009. *Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/15095>
Diakses pada 3 September 2015
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 2015. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Buku II. Edisi Kelima. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Hufschmidt, MM et al., 1996. *Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan: Pedoman Penilaian Ekonomis*. Diterjemahkan oleh Sukanto Reksohadiprodjo. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

- I Gede Pitana dan I Ketut Surya Diata. 2012. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Igunawati , D .2010. *Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal*. (Skripsi). Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kuncoro, Mudrajat, 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi Keempat, Jakarta, Erlangga.
- McIntosh, Goelder and Rithchin. 2004. *World Tourism Organizatio. TourismBarometer*. Madrid: WTO.
- Muhammad Yusuf. 2009. *Tayangan Wisata Kuliner dan Kepuasan*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodelogi Penelitian:Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.
- Nuraini. 2005. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Malang : Universitas Muhammadiyah.
- Sari Liana Eva. 2012. *Perbandingan Surplus Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Pada Pantai Mutun MS Town dan Pulau Tangkil, Kabupaten Pesawaran*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sinclair, M.T., dan Stabler, M., 1997. *The Economics of Tourism*, Routledge, London.
- Suparmoko. 2010. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Yogyakarta:BPEF.
- Spillane. James.J. DR, 2002, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyama, A Gima. 2013. *Manajemen Aset Pariwisata: Pelayanan Berkualitas Agar Wisatawan Puas dan Loyal*. Guardaya Intimarta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono, 2008. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Susilowati, Mutiara Indah. 2009. *Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method*. Skripsi.Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi Manajemen Institut Pertanian Bogor.

<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/14076/H09mis.pdf?sequence=2&isAllowed=y> Diakses pada 3 September 2015.

T.Gilarso. 2007. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Edisi Pertama. IKAPI. Yogyakarta.

Winarno, Wing Wahyu. 2011. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews, Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan (UPP STIM YKPN).

Yoeti.Oka.A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, cetakan kedua. PT. Pradnya Paramita.

Yuwana, D.M.S. 2010. *Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Badan Pusat Statistik Kota Metro

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata