

3384
S121

2 21

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH DALAM USAHA
MENGEMBANGKAN INDUSTRI PARIWISATA
DI KABUPATEN TEGAL**



TESIS
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-2

Program Studi
Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

SRI MURDIATI
C4B000198

PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2003

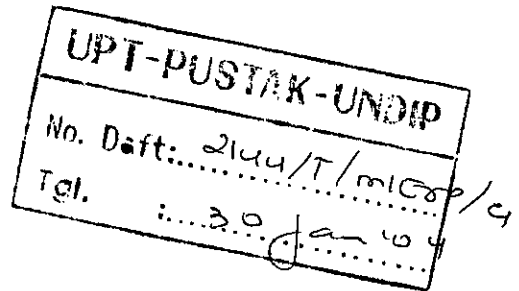
UPT-PUSTAK-UNDIP

TESIS

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH DALAM USAHA
MENGEMBANGKAN INDUSTRI PARIWISATA
DI KABUPATEN TEGAL**

Disusun oleh :

Sri Murdiati
C4B000198



Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 28 Juli 2003
Dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Dr. Syafrudin Budiningharto, SU

Anggota Penguji

Drs. Adim Dimiyati, SU

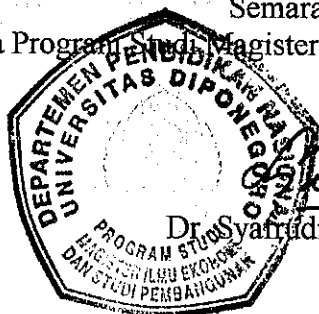
Pembimbing Pendamping

Dr. Waridin, MS,

Dra. Hermiwati RH, SU

Drs. Nugroho S.B.M, MT.

Semarang, 28 Juli 2003
Ketua Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan



Dr. Syafrudin Budiningharto, SU

PERSEMBAHAN

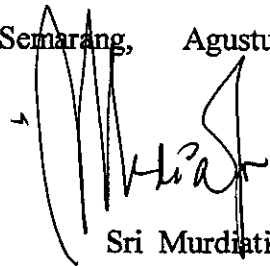
Tesis ini kupersembahkan untuk:

1. Ibunda tercinta
2. Suami dan Anak-anakku (Tika dan Tyas) tersayang
3. Kakak-kakakku tersayang

Pernyataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, Agustus 2003

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sri Murdiati', is written over the printed name. The signature is stylized and somewhat cursive.

Sri Murdiati

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Tegal Propinsi Jawa Tengah. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh dari faktor penilaian tentang pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk terhadap minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal, dengan jumlah responden 100. Data sekunder dalam penelitian ini ada 2 macam yaitu data tentang faktor strategi internal dan strategi eksternal kepariwisataan di Kabupaten Tegal dan data tentang jenis pendapatan sektor pariwisata periode 1996/1997 – 2001 Kabupaten Tegal dan Jawa Tengah sebagai pembandingan.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis kondisi kepariwisataan di Kabupaten Tegal, menganalisis pengaruh faktor-faktor yang penilaian pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa Pariwisata di Kabupaten Tegal serta menganalisis sektor-sektor dalam industri pariwisata yang menjadi sektor basis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi kepariwisataan di Kabupaten Tegal setelah dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT menghasilkan total skor faktor internal sebesar 2,3 dan total skor faktor eksternal 2,89, sehingga berada pada posisi pertumbuhan melalui integrasi horisontal, karena total skor faktor internal dan eksternal berada pada daerah rata-rata.

Hasil penelitian selanjutnya ialah bahwa minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal, 97% karena pengaruh faktor pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk dan semua variabel dependen signifikan berpengaruh dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$. Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa retribusi tempat rekreasi dan olah raga merupakan sektot basis dengan nilai LQ di atas 1.

Dari Hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan, pertama bahwa kepariwisataan di Kabupaten Tegal masih dihadapkan pada permasalahan kurangnya promosi secara terpadu dan kurangnya kerjasama antara pihak pemerintah daerah dengan Swasta. Kesimpulan kedua adalah bahwa faktor pelayanan ternyata memberikan pengaruh yang paling besar terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Kesimpulan ketiga adalah retribusi tempat rekreasi dan olah raga merupakan sektor basis karena dari hasil analisis dengan menggunakan analisis LQ nilainya > 1 .

Beberapa saran yang diberikan dalam penelitian ini antara lain: pertama, perlu meningkatkan kerjasama antara pihak pemerintah daerah dengan swasta dan meningkatkan promosi secara terpadu tentang obyek wisata di Kabupaten Tegal. Kedua, lebih meningkatkan mutu pelayanan terhadap pengunjung obyek wisata karena faktor tersebut memberikan pengaruh yang paling besar terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Ketiga, Pemerintah Kabupaten Tegal dapat meningkatkan pendapatan sektor pariwisata melalui retribusi tempat rekreasi dan olah raga, karena mempunyai keunggulan komparatif dengan nilai LQ > 1

ABSTRACT

This research was conducted in the regency of Tegal, Central Java. The data used were primary and secondary ones. The primary data were used to analyze the influence of measurement factors of service, prices, promotion and product diversification on the interest to buy tourism spots in the regency of Tegal. Number of respondents was one hundred person. There were two kinds of the secondary data, i.e., the data about internal and external tourism strategies and the data about the income of tourism sector during 1996/1997 -2001.

The aims of the research were: 1) to analyze tourism condition in Tegal regency; 2) to analyze the influence of services, prices, promotion and product diversification towards the interest to buy tourism spots in Tegal regency and 3) to analyze some sectors in the industry of tourism which belong to basic sectors.

By Manipulating the SWOT analysis, it indicated that the total score of the internal factor of tourism condition in the regency of Tegal was 2,3, while of the external one was 2,89; thus it was in the position of the growth through horizontal integration.

Further result of this research was that of the interest to buy tourism spots in the regency of Tegal, 97% was influenced by the factor of services, prices, promotion and product diversification and that all the independent variables influenced significantly toward the interest to buy tourism spots with confident interval 5%. This research also indicated that the retribution in places of recreation and sports was the basic sector with the LQ value above 1.

This research concluded that the tourism in the regency Tegal was still facing some problems, i.e., lack of cooperation between the local government and private institutions, lack of human resourcer which meet tourism qualification, and laet of promotion.

Some recommendations to be considered in this research among others were the need to increase cooperation between the local government and private institutions and to increase promoting tourism in the regency of Tegal

KATA PENGANTAR

Dengan memanjat puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih dan anugerahNya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Dalam Usaha Mengembangkan Industri Pariwisata di Kabupaten Tegal”.

Penyusunan tesis ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam rangka menempuh ujian akhir pada Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang. Mengingat banyak informasi yang diperlukan, bimbingan, bantuan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Syafrudin Budiningharto, SU selaku dosen pembimbing utama yang dengan penuh perhatian dan kesabaran, bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan tesis ini.
2. Drs. Waridin, MS, PhD. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah mengarahkan dan bersedia meluangkan waktu untuk membimbing sehingga penulisan tesis ini dapat selesai.
3. Ketua Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang beserta staf dan para dosen yang telah memberikan bantuan untuk menambah pengetahuan.
4. Kepala Kantor Pariwisata Kabupaten Tegal beserta staf yang telah membantu memberikan informasi dan penjelasan.

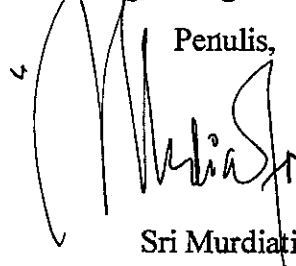
5. Kepala Biro Pusat Statistik beserta staf yang telah membantu memberikan data-data pendukung dalam penulisan tesis ini hingga selesai.
6. Para responden yang telah membantu penulisan tesis ini dengan memberikan keterangan yang berguna.
7. Rekan-rekan yang telah membantu memberikan motivasi dan informasi yang berguna sehingga terselesaikannya tesis ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan apapun.

Tidak lupa penulis haturkan terima kasih yang mendalam dan sembah sujud kepada Ibunda tercinta dan seluruh anggota keluarga yang telah memberikan semangat serta doa restu. Dan akhirnya kepada suami dan anak-anakku tercinta yang telah memberikan semangat dan pengorbanan yang tidak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak memiliki kelemahan dan kekurangan oleh karena itu segala bentuk saran dan kritikan dengan senang hati penulis terima demi penyempurnaan.

Semarang, Agustus 2003

Penulis,



Sri Murdiati

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAKSI	viii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	13
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	14
2.1.1. Teori Basis Ekonomi (Economic Base Theory)	14
2.1.2. Teori Pemasaran Produk Jasa	14
2.1.3. Penerimaan Daerah	18
2.1.4. Arti Pariwisata	19
2.1.5. Definisi Wisatawan	20
2.1.6. Pariwisata	21
2.1.7. Obyek Wisata	22
2.1.8. Hubungan Pengembangan Pariwisata dengan Pendapatan	22
2.1.9. Penelitian Terdahulu	23
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	27
2.3. Hipotesis	28
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Data dan Sumber Data	29
3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3. Teknik Analisis	33
a. Analisis SWOT	33
b. Analisis Regresi	36
c. Analisa Location Quotient (LQ)	38
3.4. Definisi Operasional Variabel	40
IV. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Pariwisata di Kabupaten Tegal	43
4.1.1. Asset Pariwisata di Kabupaten Tegal	43
4.1.2. Usaha Pariwisata dan Daya Serap Tenaga Kerja	44
4.1.3. Obyek Wisata	45
4.1.4. Arus Wisatawan	48

4.2. Gambaran Umum Responden	50
a. Kelompok responden berdasarkan tingkat usia dan jenis kelamin Responden	50
b. Kelompok responden berdasarkan jenis pekerjaan dan status Responden	51
c. Kelompok responden berdasarkan daerah asal responden	51
d. Kelompok responden berdasarkan tingkat pendidikan responden	52
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Analisis SWOT	53
5.2. Analisis Regresi	60
5.2.1. Analisis pengaruh faktor-faktor pelayanan (X_1), harga (X_2), Promosi (X_3) dan diversifikasi (X_4) terhadap minat membeli Jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal	61
5.2.2. Pengaruh penilaian pelayanan terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal	66
5.2.3. Pengaruh penilaian harga terhadap minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal	68
5.2.4. Pengaruh penilaian promosi terhadap minat membeli obyek Wisata di Kabupaten Tegal	79
5.2.5. Pengaruh penilaian diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal	70
5.2.6. Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik	71
5.3. Analisa Location Quotient	74
5.4. Implementasi Kebijakan	74
VI. PENUTUP	
6.1. Kesimpulan	75
6.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	
BIODATA	

DAFTAR TABEL

		Hal.
Tabel	1.1. Arus Wisatawan pada Obyek Wisata di Kabupaten Tegal Tahun 1997/1998-2001	8
Tabel	1.2. Sumbangan Sektor Pariwisata terhadap PAD Kabupaten Tegal Tahun 1997/1998-2001	8
Tabel	1.3. 10 Besar Kabupaten/Kota Berdasarkan Jumlah Pendapatan Obyek Wisata/Taman Rekreasi Tahun 2000	9
Tabel	1.4. 10 Besar Obyek Wisata /Taman Rekreasi Berdasarkan Jumlah Pendapatan Obyek Wisata/Taman Rekreasi Tahun 2000	10
Tabel	1.5. 10 Besar Kabupaten/Kota Berdasarkan Jumlah Pengunjung Obyek Wisata/Taman Rekreasi Tahun 2000	10
Tabel	2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel	4.1. Asset Pariwisata Kabupaten Tegal Tahun 1997/1998-2001	43
Tabel	4.2. Usaha Pariwisata dan Daya Serap Tenaga Kerja di Kabupaten Tegal Tahun 1997/198-2001	45
Tabel	4.3. Nama-nama Obyek Wisata yang Sudah Dikembangkan di Kabupaten Tegal	46
Tabel	4.4. Nama-nama Obyek Wisata Yang Akan Dikembangkan di Kabupaten Tegal	47
Tabel	4.5. Arus Wisatawan ke Obywk Wisata PAP Guci Tahun 1997/1998-200153	48
Tabel	4.6. Arus Wisatawan ke Obyek Wisata Purwahamba Indah Tahun 1997/1998-2001	49
Tabel	4.7. Arus Wisatawan ke Obyek Wisatawan Waduk Cacaban Tahun 1997/1998-2001	49
Tabel	4.8. Tingkat Usia dan Jenis Kelamin Responden	50
Tabel	4.9. Jenis Pekerjaan dan Status Perkawinan Responden	51

Tabel 4.10	Daerah Asal Responden	52
Tabel 4.11	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 5.1.	Perhitungan Bobot Faktor Strategis Internal	54
Tabel 5.2.	Perhitungan Bobot Faktor Strategis Eksternal	55
Tabel 5.3.	Matrik Faktor Strategi Internal	56
Tabel 5.4	Matrik Faktor Strategi Eksternal	57
Tabel 5.5.	Matrik SWOT Pariwisata Kabupaten Tegal	59
Tabel 5.6.	Hasil Perhitungan Analisis Regresi	61
Tabel 5.7.	Hasil Perhitungan Location Quotient	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Peta Wisata Kabupaten Tegal
- Lampiran 2. Kuesioner tentang Faktor Strategi Internal dan Eksternal Kepariwisata di Kabupaten Tegal
- Lampiran 3. Kuesioner tentang penilaian responden terhadap pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk
- Lampiran 4. Data variabel-variabel untuk Analisis Regresi
- Lampiran 5. Hasil Regresi
- Lampiran 6. Data untuk Analisa Location Quotient

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penerimaan devisa negara dari Minyak dan Gas dalam sepuluh tahun terakhir terus mengalami penurunan dari sekitar US \$ 12,717 milyar pada tahun 1985 menjadi US \$ 9,43 milyar pada tahun 1993/1994 (Danang Parikersit dan Wiwied Trisnadi, 1997:2). Kondisi ini untuk sementara waktu dapat ditanggulangi dengan peningkatan ekspor non Migas. Namun jika melihat struktur ekspor Indonesia yang didominasi oleh hasil industri berteknologi rendah dan padat karya maka ekspor Indonesia tidak dapat diandalkan.

Dengan kondisi di atas, maka pemerintah Indonesia dituntut untuk mencari solusi baru. Sektor yang cukup potensial dan menjanjikan adalah sektor pariwisata. Hal ini nampaknya cukup beralasan mengingat perolehan devisa dari sektor ini terus meningkat dari US \$ 2.105,3 juta pada tahun 1990 menjadi US \$ 6.605,50 juta pada tahun 1996, bahkan tahun 2001 sumbangan devisa ditargetkan dapat mencapai US \$ 17.200,00 juta. Pertumbuhan kunjungan wisatawan manca negarapun mengalami peningkatan. Pada tahun 1990 pertumbuhan wisatawan mancanegara di Indonesia sebesar 33,95% dengan mengambil bagian 12,79% dari negara-negara ASEAN. Tahun 1993 pertumbuhan kunjungan wisatawan sebesar 56,24% yang merupakan 17,01% dari negara ASEAN dan tahun 1995 pertumbuhan hanya sebesar 27,06% dan merupakan 15,68% dari negara ASEAN (Heru Nugroho, 1997:31).

Tahun 1995 baik dilihat dari pertumbuhan maupun persentase terhadap negara-negara ASEAN, tingkat kunjungan wisatawan ke Indonesia mengalami penurunan. Kenyataan ini dimungkinkan karena menurunnya kinerja sektor pariwisata Indonesia atau juga karena meningkatnya persaingan yang demikian ketatnya. Untuk menarik kunjungan wisatawan dengan kondisi demikian, maka potensi internal harus diupayakan sebaik-baiknya. Tanpa perbaikan faktor-faktor internal maka potensi eksternal yang muncul berkaitan dengan perkembangan ekonomi dunia tidak akan memberikan manfaat maksimal kepada sektor Pariwisata (Heru Nugroho, 1997:29).

Pada industri pariwisata, aspek penawaran dan permintaan akan berakibat positif secara makro, yaitu pada aspek pemerataan dan peningkatan pendapatan nasional. Aspek penawaran dapat dilihat pada mata rantai kegiatan pariwisata, penyediaan lapangan kerja, penyediaan sarana dan prasarana dan penawaran jasa keuangan dan kredit (dan lembaga keuangan yang menunjang kegiatan industri pariwisata). Sedangkan aspek permintaan industri pariwisata yang timbul dipengaruhi oleh faktor-faktor sosio-ekonomi, administrasi dan teknis seperti informasi, teknologi, transportasi dan sebagainya (Rudi Badrudin, 200:390).

Faktor sosio ekonomi mempengaruhi permintaan industri pariwisata melalui tingkat pendapatan masyarakat, karena tingkat pendapatan masyarakat ini erat kaitannya dengan harga yang ditawarkan oleh industri pariwisata. Sedangkan faktor administrasi dalam industri pariwisata dapat

ditunjukkan melalui pelayanan kepada konsumen. Sedangkan faktor teknis melalui promosi yang dilakukan serta diversifikasi (keaneka ragaman) produk.

Dengan adanya krisis ekonomi yang melanda bangsa Indonesia pada pertengahan tahun 1997, telah membuka jalan bagi munculnya reformasi di berbagai aspek kehidupan. Akibat dari reformasi tersebut pemerintah mengeluarkan dua undang-undang yang sangat penting artinya dalam sistim pemerintahan pusat dan daerah, serta sistim hubungan keuangan antara pemerintahan pusat dan pemerintahan daerah. Kedua undang-undang tersebut adalah UU No. 22 tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 25 tahun 1999 Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah. Kedua undang-undang tersebut memberikan peluang yang besar bagi daerah untuk mengelola sumber daya alam yang dimiliki serta menumbuhkan kreatifitas sehingga dapat memberikan hasil yang optimal.

Di era Otonomi Daerah dewasa ini, daerah harus menyiapkan diri sebaik-baiknya. Dengan Undang-undang No. 22 tahun 1999, daerah memiliki kewenangan yang luas untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya masing-masing di dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia. Konsekuensinya adalah kabupaten/kota harus meningkatkan kemampuan perekonomian daerahnya sendiri termasuk meningkatkan perolehan Pendapatan Asli Daerah (PAD). PAD diupayakan dapat seoptimal mungkin melalui sumber-sumber pendapatan yang ada di daerah.

Sejalan dengan itu, untuk lebih mendukung pencapaian tujuan pembangunan daerah yang merata di seluruh daerah sesuai dengan prinsip Otonomi Daerah yang nyata dan bertanggungjawab, maka ada lima kebijakan pokok di bidang keuangan daerah (Elia Radianto,1997:25), kebijakan tersebut adalah:

- a. Kebijakan untuk meningkatkan PAD, khususnya yang bersumber dari pajak dan retribusi daerah, selain meningkatkan penerimaan bagi hasil pajak dan bukan pajak secara optimal, subsidi dan bantuan.
- b. Kebijakan di bidang pengeluaran pemerintah daerah, diarahkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat yang lebih baik, memperluas lapangan kerja, mendorong masyarakat usaha pemerataan, mendorong sektor swasta, membantu pengusaha lemah, serta meningkatkan produksi komoditas ekspor dan pariwisata.
- c. Meningkatkan kemampuan organisasi pemerintah daerah, termasuk peningkatan kemampuan manajemen dan penyempurnaan struktur organisasi.
- d. Peningkatan sistim informasi keuangan daerah dan pengendalian pembangunan daerah.
- e. Kebijakan untuk mendorong keikutsertaan swasta dalam pelayanan masyarakat di daerah, baik sebagai penanam modal maupun pengelola jasa pelayanan masyarakat.

Menurut Tambunan yang dikutip oleh Rudy Badrudin (2001:397), bahwa industri pariwisata yang menjadi sumber PAD adalah industri

pariwisata milik masyarakat daerah (*Community Tourism Development* atau *CTD*). Dengan mengembangkan CTD, pemerintah daerah dapat memperoleh peluang penerimaan pajak dan beragam retribusi yang bersifat legal. Kegiatan CTD meliputi pengembangan dan pelestarian budaya, kesenian dan budaya berbagai desa di daerah tujuan wisata. Pilar ekonomi CTD dalam meningkatkan PAD dapat dilihat dari usaha pemerintah daerah dalam melakukan pungutan dan retribusi resmi dari kegiatan industri pariwisata yang bersifat multisektoral, yang meliputi hotel, restoran, usaha wisata, usaha perjalanan wisata, profesional convention organizer, pendidikan formal dan informal, pelatihan dan transportasi. Jadi keterkaitan industri pariwisata dengan penerimaan daerah berjalan melalui jalur PAD dan bagi hasil pajak/bukan pajak.

Kabupaten Tegal secara topografis terdiri dari 3 kategori daerah yaitu daerah pantai, daerah dataran rendah dan daerah dataran tinggi. Hal ini menjadikan daerah Kabupaten Tegal mempunyai obyek wisata yang tidak kalah menariknya dengan daerah lain serta potensial sekali untuk dikembangkan. Namun pelaksanaan dan pengembangan sektor pariwisata belum optimal.

Pada program kerja Pertanian, Industri dan Pariwisata (Pertiwi) Kabupaten Tegal tahun 2000-2004 yang diterbitkan Pemerintah Kabupaten Tegal, disebutkan bahwa belum optimalnya pelaksanaan pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata karena masih menghadapi berbagai kendala dan permasalahan (Bapeda Kab. Tegal, 2000), antara lain:

- a. Belum optimalnya pengembangan obyek wisata baik sarana maupun prasarana (seperti mainan anak-anak, tarian, lokasi parkir, jaringan listrik, air bersih, shelter, jalan lingkungan dan lain-lain)
- b. Rendahnya kualitas SDM dan kurangnya iven-iven di obyek wisata.
- c. Terbatasnya pemandu khusus
- d. Kurangnya peran serta pihak ketiga (pihak swasta) dalam pengembangan obyek wisata
- e. Belum ada TIC (*Tourist Information Center*) yang dapat berperan sebagai ujung tombak pemasaran pariwisata
- f. Sarana dan prasarana jalan kurang memadai
- g. Tingkat kesadaran masyarakat masih rendah

Sedangkan potensi obyek wisata di Kabupaten Tegal (Bapeda Kab. Tegal, 2000) antara lain :

- a. Obyek dan daya tarik wisata alam dan buatan, seperti obyek wisata Pemandian Guci, Pantai Purwa Hamba Indah dan Tirta Waduk Cacaban yang telah dikembangkan sejak tahun 1976
- b. Obyek dan daya tarik wisata budaya, seperti Situs makam Sunan Amangkurat I), Situs Makam Kalisoka, Situs Makam Semedo dan Situs Makam suro Panolawan yang nilai sejarahnya tinggi.
- c. Obyek dan daya tarik wisata minat khusus, seperti berburu, terbang layang, panjat tebing dan arung jeram tersedia arealnyaberupa hutan, tebing, jurang, sungai air deras dan lainnya.

Dari potensi obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal tersebut, belum semuanya berkembang dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Karena hanya ada 3 obyek wisata yang berkembang dan memberikan kontribusi pendapatan terhadap daerah, yaitu Pemandian Air Panas Guci, Pantai Purwahamba Indah dan Tirta Waduk Cacaban.

Menurut Dinas Pariwisata, pendapatan sektor pariwisata terdiri dari:

- a. Pajak Hotel dan Restoran
- b. Pajak Hiburan
- c. Retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa
- d. Retribusi tempat rekreasi dan Olah Raga.

Pendapatan sektor pariwisata Kabupaten Tegal pada tahun anggaran 1999/2000 sebesar Rp. 578.194.740,00. Pendapatan sektor pariwisata tersebut bersumber dari Pajak Hotel dan Restoran sebesar Rp. 84.016.608,00, pajak hiburan sebesar Rp.22.806.912,00, retribusi tempat rekreasi dan olah raga Rp. 417.371.220,00 sedangkan tempat penginapan/pesanggrahan/villa tidak memberikan kontribusi. Sedangkan PAD pada tahun anggaran yang sama sebesar Rp. 10.060.337.684,00. Dengan demikian pendapatan sektor pariwisata hanya 6,45 % saja kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (Dinas Pariwisata, 2000:41).

Untuk melihat fluktuasi arus wisatawan pada obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal, dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1.
Arus Wisatawan pada Obyek Wisata di Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998 – 2001

No	Obyek Wi- Sata	PAP Guci	Purwahamba Indah	Waduk Cacaban
	Tahun			
1.	1997/1998	174.332	180.933	26.027
2.	1998/1999	190.079	202.091	20.292
3.	1999/2000	189.069	205.615	20.180
4.	2000	172.080	190.642	14447
5.	2001	277.893	296.486	22.302

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998 – 2001

Dari tabel 1.1 diatas, terlihat bahwa selama kurun waktu 1997/1998 hingga 2001 jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal pada umumnya mengalami peningkatan kecuali pada obyek wisata Waduk Cacaban. Pada tahun 1999/2000 terjadi penurunan jumlah kunjungan wisata, hal ini dikarenakan adanya dampak krisis dan perubahan tahun anggaran.

Besarnya sumbangan sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Tegal selama kurun waktu 1997/1998 hingga 2001 dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Sumbangan Sektor Pariwisata terhadap PAD Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998 – 2001

Tahun Anggaran	Jumlah Pendapatan (Rp)	Besarnya PAD Kabupaten Tegal (Rp)	Sumbangan Thd. PAD (%)
1997/1998	385.623.096	7.768.738.000	4,96
1998/1999	420.696.194	7.406.481.000	5,44
1999/2000	535.005.156	8.295.560.000	6,45
2000	530.505.261	9.586.382.000	5,53
2001	906.536.169	18.599.227.000	4,87

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal, tahun 1997/1998-2001

Dari tabel 1.2 terlihat bahwa dari tahun 1997/1998 hingga tahun 1999/2000 sumbangan pendapatan sektor pariwisata terhadap PAD mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sedangkan pada tahun 2000 dan tahun 2001 mengalami penurunan, hal ini mungkin dikarenakan 2 hal yaitu perubahan tahun anggaran dan akibat dari krisis ekonomi yang melanda Indonesia.

Jika dibandingkan dengan Kabupaten/Kota yang ada di Jawa Tengah, Kabupaten Tegal berada pada 10 besar berdasarkan jumlah pendapatan obyek wisata/taman rekreasi, jumlah pengunjung dan obyek wisata yang berpendapatan besar. Tabel 1.1 memberikan gambaran tentang 10 besar Kabupaten/Kota di Jawa Tengah berdasarkan jumlah pendapatan obyek wisata/taman rekreasi.

Tabel 1.3
10 Besar Kabupaten/Kota Berdasarkan Jumlah Pendapatan
Obyek Wisata /Taman Rekreasi Tahun 2000

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah obyek Wisata (buah)	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	Kabupaten Magelang	7	8.591.512.700
2	Kabupaten Klaten	12	6.901.522.750
3	Kabupaten Banyumas	10	1.635.013.050
4	Kota Magelang	6	1.189.451.200
5	Kota Semarang	18	877.300.690
6	Kabupaten Banjarnegara	4	839.131.550
7	Kabupaten Tegal	3	807.197.974
8	Kabupaten Kebumen	7	748.445.850
9	Kabupaten Semarang	12	465.996.500
10	Kabupaten Cilacap	8	445.348.200

Sumber: Statistik Pariwisata Jawa Tengah, tahun 2000

Dari Tabel 1.3 tersebut, terlihat bahwa Kabupaten Tegal dengan jumlah obyek wisata/taman rekreasi 3 obyek, ada pada peringkat ke 7 dengan jumlah pendapatan Rp. 807.197.974,00.

Tabel 1.4
10 Besar Obyek Wisata/Taman Rekreasi Berdasarkan
Jumlah Pendapatan Obyek Wisata/Taman Rekreasi
Tahun 2000

No	Nama Obyek Wisata/Taman Rekreasi	Kabupaten/Kota	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	Candi Borobudur	Kab. Magelang	8.480.500.500,00
2	Candi Prambanan	Kab. Klaten	6.783.687.500,00
3	TWA Baturaden	Kab. Banyumas	1.394.698.000,00
4	TR Seruling Mas	Kab. Banjarnegara	500.042.050,00
5	PAP Guci	Kab. Tegal	482.526.684,00
6	Goa Jati Jajar	Kab. Kebumen	405.057.100,00
7	Pantai Purwahamba	Kab. Tegal	333.024.590,00
8	Wd. Gajah Mungkur	Kab. Wonogiri	330.720.550,00
9	Mk. Sunan Muria/Colo	Kab. Kudus	304.348.200,00
10	TMP Maerokoco	Kota Semarang	226.770.500,00

Sumber : Statistik Pariwisata Jawa Tengah tahun 2000

Dari tabel 1.4 ada 2 obyek wisata di Kabupaten Tegal yang masuk peringkat 10 besar, yaitu PAP Guci pada peringkat 5 dengan jumlah pendapatan Rp. 458.526.684,00 dan Pantai Purwahamba berada pada peringkat ke 7 dengan jumlah pendapatan Rp. 333.024.590,00.

Tabel 1.5
10 besar Kabupaten/Kota Berdasarkan Jumlah Pengunjung
Obyek wisata/Taman Rekreasi Tahun 2000

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Obyek Wisata/Taman Rekreasi	Jumlah Pengunjung (orang)
1	Kab. Magelang	7	2.857.289
2	Kab. Demak	2	2.024.523
3	Kab. Klaten	12	1.407.502
4	Kab. Banyumas	10	892.802
5	Kota. Magelang	6	723.307
6	Kab. Kudus	10	653.107
7	Kab. Cilacap	8	628.214
8	Kab. Tegal	3	561.589
9	Kab. Banjarnegara	4	554.527
10	Kab. Kebumen	7	523.176

Sumber : Statistik Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2000

Dari Tabel 1.5 terlihat bahwa Kabupaten Tegal dengan 3 obyek wisata berada pada peringkat ke 8 di Jawa Tengah dengan jumlah pengunjung 561.589 orang.

Dari gambaran yang telah dipaparkan di atas, menunjukkan suatu kenyataan bahwa kepariwisataan di Kabupaten Tegal berada pada 10 besar jika dibandingkan dengan Kabupaten/Kota se Jawa Tengah, tetapi kontribusinya terhadap PAD hanya sebesar 6,45 %. Namun demikian pemerintah Kabupaten Tegal selalu berupaya untuk dapat meningkatkan kepariwisataan, karena sektor ini dipandang dan dianggap akan mampu memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap penerimaan PAD dan diharapkan dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Hal ini sejalan dengan dicanangkannya program kerja yang dimaksudkan untuk memberikan arah program pembangunan khususnya sektor pertanian, industri dan pariwisata secara matang, rasional, efisien dan efektif sehingga mampu memberikan kontribusi yang positif bagi pemerintah daerah dalam rangka penguatan ekonomi daerah.

Dari paparan latar belakang ini, maka penelitian ini berjudul Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh dalam Usaha Pengembangan Industri Pariwisata di Kabupaten Tegal.

1.2. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan kenyataan bahwa kepariwisataan di Kabupaten Tegal berada pada peringkat 10 (10 besar) jika dibandingkan dengan kabupaten/kota se Jawa Tengah, sedangkan kontribusinya terhadap PAD

hanya sebesar 6,45 %. Maka pengembangan sektor pariwisata diarahkan untuk menumbuhkan daya rangsang kegiatan perekonomian. Dari sektor pariwisata ini diharapkan mampu menciptakan efek ganda terhadap pengembangan wilayah dan kesejahteraan masyarakat.

Pengembangan pariwisata daerah sangat dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata nasional untuk keaneka ragaman tujuan. Keberadaan obyek wisata sangat dominan sebagai sasaran dan tujuan pokok wisatawan, sehingga dalam pengembangannya harus memiliki standar umum dan memadai untuk dipasarkan secara luas.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana kondisi kepariwisataan di Kabupaten Tegal jika dibandingkan dengan daerah lain di Jawa Tengah
- b. Bagaimana faktor-faktor penilaian tentang pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk mempengaruhi minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal
- c. Sektor manakah yang merupakan industri basis atau non basis dari sumber pendapatan industri pariwisata yaitu pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa dan retribusi tempat rekreasi dan olah raga di Kabupaten Tegal

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini secara umum hendak meneliti kepariwisataan yang ada di Kabupaten Tegal. Sedangkan secara khusus bertujuan :

- a. Menganalisis kondisi kepariwisataan di Kabupaten Tegal
- b. Menganalisis pengaruh faktor-faktor penilaian dari pembeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal tentang pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk terhadap minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal.
- c. Menganalisis sektor- sektor dalam industri pariwisata yaitu pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/ villa, retribusi tempat rekreasi dan olah raga di Kabupaten Tegal yang menjadi indstri basis atau non basis.

1.4. Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

- a. Dengan mengetahui dan menganalisis pariwisata di Kabupaten Tegal, maka dapat diambil kebijakan untuk meningkatkan kinerja pariwisata di Kabupaten Tegal bagi pihak-pihak yang berkompeten.
- b. Berguna untuk ilmu pengetahuan, sehingga dapat dijadikan referensi dan acuan pada pihak lain yang mengadakan penelitian lanjutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORITIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Teori Basis Ekonomi (Economic Base Theory)

Teori ini menyatakan bahwa faktor penentu pertumbuhan ekonomi suatu daerah adalah berhubungan langsung dengan permintaan akan barang dan jasa dari luar daerah (Lincoln Arsyad:1999:116). Lebih lanjut dikatakan bahwa, pertumbuhan industri-industri yang menggunakan sumber daya lokal, termasuk tenaga kerja dan bahan baku untuk diekspor, akan menghasilkan kekayaan daerah dan penciptaan peluang kerja (*job creation*).

Terjadinya arus pendapatan dari luar daerah menyebabkan terjadinya kenaikan konsumsi dan investasi di daerah, dan pada gilirannya akan menaikkan pendapatan dan penciptaan kesempatan kerja baru. Peningkatan pendapatan tersebut tidak hanya menaikkan permintaan terhadap industri basis, tetapi juga menaikkan permintaan akan industri non basis (lokal). Selanjutnya kenaikan permintaan akan mendorong kenaikan industri pada industri yang bersangkutan sehingga investasi modal dalam sektor industri lokal merupakan industri yang didorong (*induced*) sebagai akibat dari kenaikan industri basis. Konsekuensinya adalah industri basislah yang patut dikembangkan di suatu daerah.

2.1.2. Teori Pemasaran Produk Jasa

Bisnis jasa memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan bisnis produk manufaktur. Terdapat elemen yang terlibat di

salam proses pelayanan jasa. Sehingga hasil jasa dipengaruhi oleh sekumpulan elemen yang berubah-ubah. Oleh karena itu untuk memasarkan output industri jasa diperlukan strategi pemasaran eksternal, strategi pemasaran internal dan strategi pemasaran interaktif (Kotler dalam Salamun Asakhdiyah, 1997:113-124). Sedangkan permintaan atas produk jasa tersebut sangat ditentukan oleh faktor-faktor pelayanan (penyiapan jasa), harga, promosi dan diversifikasi produk.

Beberapa ahli di bidang manajemen pemasaran menekankan pentingnya pengembangan suatu produk jasa dalam pertumbuhan ekonomi suatu bangsa (Kotler,1988:476). Karena industri jasa bersifat intangibel, maka pengalaman mengkonsumsi haruslah diperhatikan, karena berbeda dengan produk barang, produk jasa tidak dapat dirasakan langsung oleh pancaindera.

Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1990:25) mengungkapkan bahwa penyajian jasa yang baik hendaknya memperhatikan lima dimensi utama tindakan penyaji jasa, yaitu: bukti nyata (*tangibles*), Reliabilitas (*Reliability*), Respon (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*).

Oleh karena jasa bersifat intangibel maka untuk mentangibelkan suatu jasa, dalam arti memberikan bukti adanya jasa yang dikonsimsi, perusahaan seharusnya memfokuskan pengelolaan pada pengalaman sebagai bukti. Pengalaman mengkonsumsi tersebut akan diperoleh konsumen melalui tiga komponen utama yaitu: bukti fisik (*Physical Evidence*), orang atau karyawan (*People*) dan proses (*Process*). Dengan demikian lima dimensi penyajian jasa berkualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry dapat

disederhanakan menjadi tiga variabel, yaitu: bukti fisik, karyawan dan proses (Brady dan Cronin, 2001:4-49).

Pemasaran Pariwisata

Menurut Rudi Badrudin (2001, 384-403), bahwa aspek pemasaran mempunyai peran yang sangat penting dalam industri pariwisata, khususnya dalam pemasaran daerah tujuan wisata. Pemasaran daerah tujuan wisata adalah keseluruhan usaha untuk mengenalkan produk wisata yang ditawarkan oleh daerah tujuan wisata (produk), mengenali identitas wisatawan yang mempunyai waktu, uang dan mempunyai keinginan untuk berwisata dan menikmati daerah tujuan wisata (sasaran pasar), dan mencari cara terbaik untuk mencapai dan meyakinkan wisatawan untuk berkunjung ke daerah kunjungan wisata.

Selanjutnya menurut Yusuf (1993), Pemasaran daerah kunjungan wisata, menyangkut penelitian pasar, penjualan dan cara mencari jalan terbaik untuk meyakinkan wisatawan untuk lebih lama tinggal dan membelanjakan uangnya lebih banyak. Dalam mengembangkan daerah kunjungan wisata atau kawasan pariwisata yang meliputi kawasan pariwisata murni dan kawasan pariwisata terbuka. Lebih lanjut dikatakan bahwa kawasan wisata murni adalah kawasan yang seluruhnya diperuntukan bagi pengembangan pariwisata. Sedangkan kawasan wisata terbuka adalah kawasan wisata yang bobotnya diperuntukan bagi pengembangan pariwisata.

Menurut Spillance (1993) dalam Rudi Badrudin (2001: 384-403), strategi pemasaran dalam pariwisata adalah:

a. *Product Mix*

Product Mix ini adalah sarana sosial ekonomi yang untuk seluruhnya atau sebagian menghasilkan jasa atau barang yang digunakan oleh wisatawan, seperti hotel, rumah makan, olah raga, atraksi kesenian dan sebagainya. Sedangkan faktor penting dalam produk mix adalah masalah pemeliharaan, warisan budaya, peninggalan sejarah dan pemeliharaan lingkungan fisik dan non fisik.

b. *Distribution Mix*

Distributionsi mix mencakup jasa transportasi darat, laut dan udara, dan kunci dari *distribution mix* adalah layanan agar wisatawan memperoleh kepuasan dari melakukan konsumsi pariwisata.

c. *Communication Mix*

Communication Mix berkenaan dengan informasi yang disampaikan kepada wisatawan dengan pendekatan:

- *Sales Promotion*

Pendekatan ini meliputi berbagai kegiatan komunikasi yang diarahkan kepada wisatawan melalui media umum, saluran biro perjalanan dan hubungan langsung.

- *Image Promotion*

Pendekatan ini merupakan kegiatan komunikasi dengan cara membujuk secara halus, melalui: foto spesialis, fitur khusus di surat kabar dan majalah.

- Pendekatan melalui pendidikan, latihan dan penyuluhan kepada semua staf

organisasi yang terkait dalam mata rantai kegiatan pariwisata.

- Pendekatan melalui jasa penerangan kantor pariwisata, termasuk jasa surat menyurat dan hubungan korespondensi melalui berbagai alat komunikasi.

d. Service Mix

Kegiatan dalam *service mix* merupakan kebijakan pemerintah untuk memperlancar perjalanan dan persinggahan wisatawan, seperti kebijakan visa, ketentuan bea cukai dan sebagainya.

2.1.3. Penerimaan Daerah

Menurut UU No. 25 tahun 1999 pasal 3, sumber-sumber penerimaan daerah meliputi:

- a. Pendapatan Asli Daerah
- b. Dana Perimbangan
- c. Pinjaman Daerah
- d. Lain-lain penerimaan yang sah

Kemudian lebih lanjut pada pasal 4 disebutkan bahwa sumber Pendapatan Asli Daerah terdiri dari:

- a. Hasil Pajak Daerah
- b. Hasil Retribusi Daerah
- c. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang sah.
- d. Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

2.1.4. Arti Pariwisata

Menurut Soekardijo (1997:17) pariwisata adalah suatu gejala yang sangat kompleks di dalam masyarakat. Pariwisata meliputi obyek wisata, hotel, souvenir shop, pramuwisata, angkutan wisata, boro perjalanan, rumah makan dan lain-lain. Disamping itu ada wisatawannya sendiri dengan segala tingkah lakunya. Kesemuanya merupakan suatu keterkaitan dalam masyarakat.

Definisi lain diungkapkan dalam Instruksi Presiden No. 9/1969 yang mengatakan bahwa wisatawan adalah seseorang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu. Sedangkan menurut Kodhyat yang dikutip Spillance (1993:21), yang dimaksud pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok, sebagai usaha untuk mencapai keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi soaial, budaya, alam dan ilmu. Disini terlihat bahwa pengertian wisatawan yang dikemukakan Kodyat tidak jauh berbeda dengan Inpres.

Definisi Pariwisata sebagai salah satu jenis industri, dikemukakan oleh Wahab (1995:7). Menurutnya, pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulus sektor-sektor produktivitas lain. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, yang juga meliputi industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transpotasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri

Sedangkan konsep pariwisata yang agak berbeda disampaikan oleh Lundberg (1997:4), pariwisata sebagai suatu konsep dapat dipandang dari berbagai perspektif yang berbeda. Pariwisata adalah perjalanan dari rumah terutama untuk bermaksud bisnis dan santai. Pariwisata merupakan bisnis dalam penyediaan barang dan jasa bagi wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran oleh atau untuk wisatawan atau pengunjung dalam perjalanan.

2.1.5. Definisi Wisatawan

IUOTO (*International Union of Official Travel Organizations*) yakni suatu biro perjalanan internasional, menetapkan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah setiap orang yang datang ke suatu negara selain tempat tinggalnya dengan maksud apapun, kecuali untuk mencari upah atau pekerjaan. Pengertian di atas memberikan gambaran bahwa wisatawan tidak saja dilakukan dalam lingkup satu negara tetapi di luar negara yang sering kita sebut wisatawan asing.

Dalam perkembangannya, IUOTO (1985:24) ,memberikan batasan atau kriteria mengenai wisatawan dan bukan wisawan. Yang dianggap wisatawan adalah:

- a. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan dan lain-lain.
- b. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk pertemuan atau tugas-tugas tertentu
- c. Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha.

- d. Mereka yang datang dalam rangka perjalanan dengan kapal laut walaupun tinggal kurang dari 24 jam.

Definisi wisatawan menurut pemerintah Republik Indonesia tertuang dalam Instruksi Presiden no. 9/1969 yang dinyatakan bahwa wisatawan adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu.

Sedangkan yang dikategorikan bukan sebagai wisatawan adalah:

- a. Mereka yang datang baik atau tanpa kontrak kerja, dengan tujuan mencari pekerjaan atau mengadakan kegiatan usaha di suatu negara lain.
- b. Mereka yang datang untuk mengusahakan tempat tinggal tetap di suatu negara.
- c. Penduduk di daerah tempat batas negara dan mereka yang bertempat tinggal di suatu negara.
- d. Pelajar, mahasiswa dan orang-orang muda di asrama-asrama pelajar dan asrama-asrama mahasiswa.
- e. Wisatawan-wisatawan yang melewati suatu negara tanpa tinggal, walaupun perjalanan tersebut berlangsung lebih dari 24 jam.

2.1.6. Pariwisata

Pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan bersifat unik karena pariwisata bersifat multi dimensi baik fisik, social, ekonomi, politik dan budaya . Pariwisata juga menawarkan jenis produk mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan hingga wisata minat khusus (Danang Parikersit dan Wiwied Trisnadi, 1997:1). Lebih lanjut juga disampaikan bahwa, jika ditinjau dari segmen pasarnya, pariwisata sangat klasik dan semakin

terdeferensiasi dan skala operasinya berjenjang, mulai dari tingkat komunitas, local, nasional, regional dan global.

2.1.7. Obyek Wisata

Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (1995:3) menyatakan bahwa obyek wisata tempat atau kedudukan yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Obyek wisata dan daya tarik merupakan produk wisata yang penting disebuah daerah tujuan wisata.

2.1.8. Hubungan Pengembangan Pariwisata dengan Pendapatan

Yoeti (1997:33), mengatakan bahwa pengembangan pariwisata pada suatu daerah kunjungan wisata, baik secara lokal, regional pada suatu negara erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut.

Pendapat yang senada dikemukakan oleh Green yang dikutip oleh I Gede Wiyasa (1997:42), pariwisata memberikan kontribusi yang menjanjikan dalam sector perekonomian Indonesia. Namun didisi lain perlu dicermati dampak-dampak yang diakibatkan oleh aktivitas kepariwisataan terhadap lingkungan. Lingkungan yang dimaksud adalah lingkungan alam (natural), buatan manusia dan budaya.

Sebuah penelitian yang dilakukan Dirjen Pariwisata (1995), menunjukkan bahwa sektor pariwisata berkembang dengan pesat dan kini telah muncul sebagai salah satu sumber penghasilan devisa terbesar. Selama Pelita V, sumbangan sektor pariwisata terhadap laju pertumbuhan PDB telah mencapai rata-rata 6,8 % per tahun (I Gede Wiyasa.,1997:39).

Hotel sebagai salah satu sarana pariwisata yang penting juga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sejalan dengan kepariwisataan Indonesia. Bila tahun 1992 terdapat 7.494 unit hotel dengan 160.369 kamar maka pada Mei 1997 meningkat menjadi 8.689 unit dengan 196.983 kamar.

Kontribusi sub sektor perhotelan untuk penyerapan tenaga kerja cukup berarti, yaitu bila rasio kamar dengan tenaga kerja 1 : 1,7 maka tenaga kerja yang terserap di sub sektor perhotelan sebanyak 334.872 orang. Sedangkan tingkat hunian kamar, yang merupakan ratio antara dihuni oleh tamu dengan kamar tersedia secara rata-rata untuk hotel berbintang sebesar 54,20 % (Erawan, 1994:14). Ini menunjukkan bahwa kinerja perhotelan cukup baik, karena itu jumlahnya semakin meningkat, hal ini mengidentifikasikan bahwa bisnis sub sektor ini cukup menjanjikan. Penelitian yang dilakukan Heru Nugroho (1997:36) secara deskriptif menyimpulkan bahwa pariwisata akan mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan efek multipliernya. Artinya, pertumbuhan kegiatan industri pariwisata akan menimbulkan dampak bergairahnya bidang-bidang kehidupan lain seperti jasa, transportasi, informasi, perdagangan dan lain-lain.

2.1.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang mengkaji tentang kepariwisataan, belum banyak dilakukan. Namun dalam kesempatan ini akan dikemukakan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yaitu: Marjani (1997), Made Antara (2000) dan Ahmad Jamli dan Astuti Rahayu (1997). Secara lengkap hasil penelitian tersebut tertuang dalam tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Aspek Penelitian	Hasil Penelitian
1	Marjani (1997)	Perkembangan Industri Pariwisata terhadap Kesempatan Kerjasama Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Kalimantan Timur	<p>a. Dampak industri pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja</p> <p>b. Hubungan wisatawan dengan PAD</p> <p>c. Pengaruh industri pariwisata terhadap PAD</p>	<p>Dengan tingkat kesalahan $\alpha=5\%$, semua variabel independen (jumlah Hotel, jumlah wisatawan, jumlah restoran dan rumah makan, dan jumlah toko souvenir) berpengaruh nyata dan positif kecuali variabel jumlah Biro perjalanan berpengaruh negatif</p> <p>Dengan tingkat kesalahan $\alpha=5\%$, 2 variabel independen (jumlah wisatawan dan kontribusi sektor perdagangan Hotel dan restoran) signifikan dan berkorelasi secara positif terhadap Variabel dependen PAD.</p> <p>Dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, semua variabel independen yang diteliti (jumlah hotel, jumlah Naker, jumlah restoran dan rumah makan, jumlah biro perjalanan dan jumlah toko souvenir) adalah signifikan. Variabel jumlah hotel, jumlah restoran dan rumah makan serta jumlah toko souvenir berkorelasi negatif terhadap PAD sedangkan jumlah naker dan jumlah biro perjalanan berkorelasi secara positif.</p>

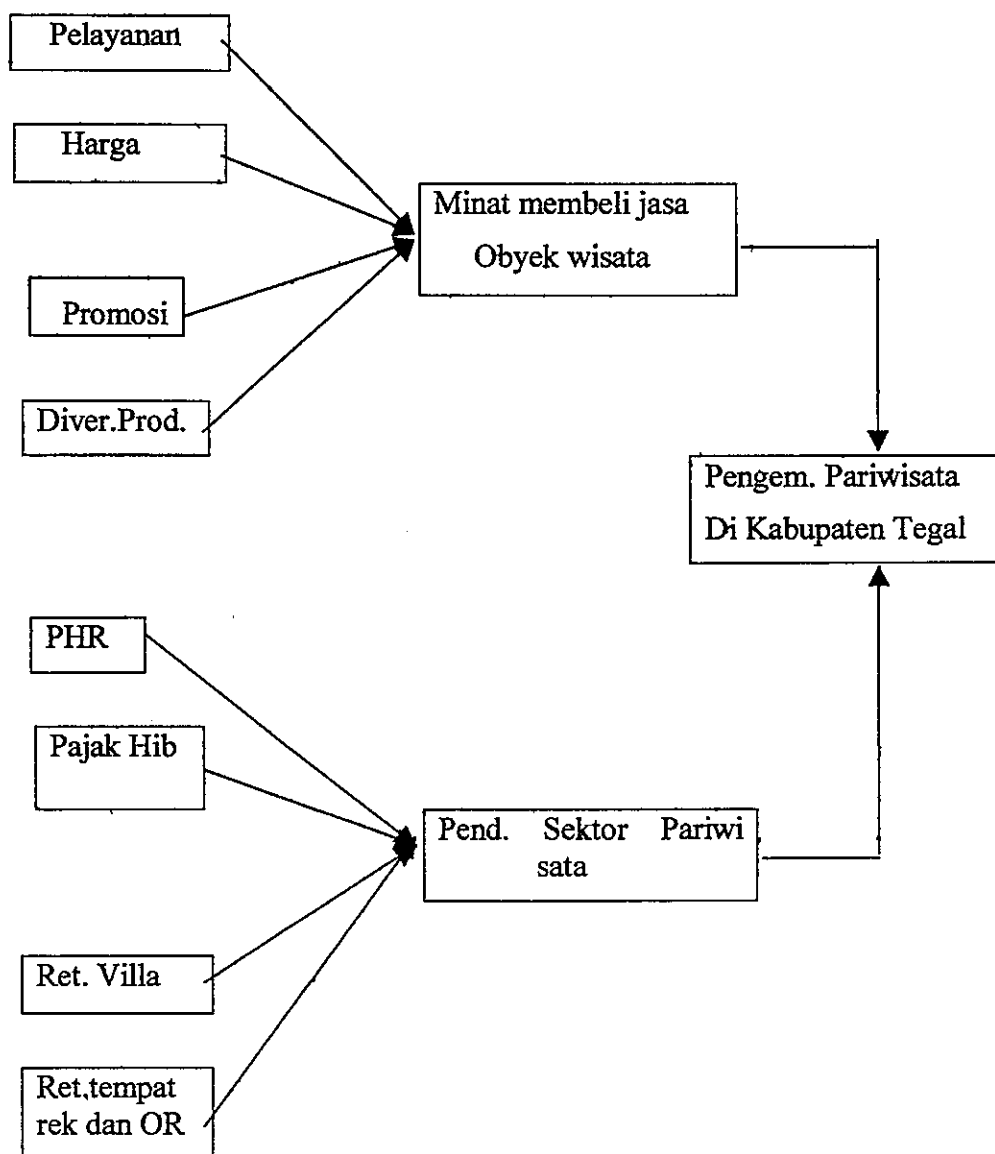
	<p>Made Antara (2000)</p>	<p>Dampak Pengeluaran Pemerintah dan Wisatawan serta Investasi Swasta terhadap Kinerja Perekonomian Bali: Pendekatan Sosial Accounting Matrik</p>	<p>a. Pengeluaran Pemerintah dan wisatawan tetap tetapi alokasi pengeluaran untuk infrastruktur berubah</p> <p>b. Pengeluaran pemerintah tetap sedangkan pengeluaran wisatawan dan investasi swasta meningkat</p> <p>c. Pengeluaran pemerintah turun sedangkan pengeluaran wisatawan dan investasi swasta meningkat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - alokasi untuk infrastruktur meningkat 15%, berdampak menumbuhkan ekonomi sebesar 0,15% - pengeluaran infrastruktur sosial meningkat 15% berdampak menurunkan kinerja perekonomian Bali - pengeluaran infrastruktur umum naik 15%, berdampak menurunkan kinerja perekonomian Bali. - Pengeluaran wisatawan meningkat berdampak menumbuhkan perekonomian rata-rata 2,66% - Pengeluaran wisatawan meningkat 10% berdampak menumbuhkan perekonomian sebesar 5,32% - Investasi meningkat 15% berdampak menumbuhkan perekonomian sebesar 1,51% - Pengeluaran pemerintah menurun dan pengeluaran wisatawan tetap berdampak menurunkan pertumbuhan ekonomi - Pengeluaran pemerintah turun 30% dan pengeluaran wisatawan naik 5% berdampak pada pe
--	-------------------------------	---	---	--

				<p>rekonoman tumbuh sebesar 1,85%</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengeluaran pemerintah turun 30% dan investasi swasta naik 15% berdampak menumbuhkan perekonomian sebesar 0,71% - Pengeluaran pemerintah naik 15% dan pengeluaran wisatawan tetap berdampak pada meningkatnya pertumbuhan ekonomi - Pengeluaran pemerintah naik dan pengeluaran wisatawan naik berdampak pada meningkatnya pertumbuhan ekonomi
3.	Ahmad Jamli dan Astuti Rahayu (1997)	Analisis Pajak Pembangunan I Perhotelan sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus: Kotamadia Yogyakarta)	f. Pengeluaran pemerintah dan swasta meningkat Penelitian dilakukan dalam kurun waktu 1985/1986 - 1994/1995	<ul style="list-style-type: none"> - Potensi PP I Perhotelan di Kotamadia Yogyakarta pertumbuhan rata 34,7% per tahun - Penetapan target terhadap potensi sebesar 25,22% per tahun - Tingkat efisiensi PP I perhotelan sebesar 23,4% - Efektifitas PP I perhotelan sebesar 28,86%

Penelitian yang kami lakukan dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Dalam Usaha Mengembangkan Industri Pariwisata di Kabupaten Tegal, diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian yang sudah ada. Sehingga akan bertambah banyak jenis penelitian yang berbasis pariwisata.

2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan pada tinjauan pustaka di atas, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



2.3. Hipotesis

Mengacu pada permasalahan, tujuan penelitian dan landasan teori, maka pada permasalahan yang pertama tidak menggunakan hipotesis karena pada permasalahan tersebut sifatnya deskriptif yaitu untuk menganalisis profil pariwisata di Kabupaten Tegal. Sedangkan untuk permasalahan dan tujuan yang kedua dan ketiga, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- a. Diduga bahwa faktor-faktor penilaian pembeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal tentang pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk berpengaruh terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal.
- b. Diduga bahwa retribusi tempat rekreasi dan olah raga merupakan industri basis sedangkan yang lainnya yaitu PHR, pajak hiburan dan retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa adalah non basis. Hal ini mengacu pada tabel 1.3 dimana Kabupaten Tegal berada pada peringkat ke 7 berdasarkan jumlah pendapatan obyek wisata/taman rekreasi, dan retribusi tempat rekreasi dan olah raga memberikan sumbangan terbesar terhadap pendapatan sektor pariwisata.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

Data Primer

Data primer adalah data yang yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki,1995:43). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden guna memperoleh data tentang permintaan (minat mengunjungi) obyek wisata ,persepsi responden tentang pelayanan, harga, fasilitas dan didersifikasi produk serta data tanggapan responden tentang faktor strategis internal dan eksternal.

Jawaban dalam kuisisioner tersedia 5 pilihan dengan nilai sebagai berikut:

Jawaban a dengan bobot nilai 5

Jawaban b dengan bobot nilai 4

Jawaban c dengan bobot nilai 3

Jawaban d dengan bobot nilai 2

Jawaban e dengan bobot nilai 1

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki,1995:42). Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata, Kantor Statistik, Bappeda dan instansi lain yang terkait. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain data tentang pendapatan sektor pariwisata baik Kabupaten Tegal dan pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah

Adapun metode yang ditempuh untuk memperoleh data tersebut adalah:

a. Metode Dokumentasi

Suatu metode dimana dilakukan pencatatan data yang diperlukan, antara lain data tentang data tentang pendapatan sektor pariwisata Kabupaten dan Jawa Tengah.

b. Metode Wawancara

Suatu metode dengan melakukan tanya jawab secara langsung pada pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan kejelasan mengenai data yang sudah ada maupun data yang belum ada. Data yang dimaksud antara lain data tentang macam-macam obyek wisata yang sedang dan akan dikembangkan oleh Pemda Kabupaten Tegal.

c. Metode Riset Kepustakaan

Metode ini bertujuan untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis, antara lain teori tentang pemasaran produk jasa, teori tentang pariwisata, teori wisatawan, teori obyek wisata.

3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli jasa pariwisata di Kabupaten Tegal, baik yang sudah pernah membeli maupun yang baru pertama kali membeli. Sedangkan metode samplingnya adalah purposive sampling dengan kriteria yang pernah datang ke obyek wisata di Kabupaten Tegal.

Di dalam penentuan sampel yang representatif, disamping persoalan teknik (cara penarikan sampel), tidak dapat dipungkiri bahwa pengambilan sampel sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat ketepatan dalam pengumpulan data. Ukuran sampel ini harus ditentukan terlebih dahulu, kemudian sesuai dengan keadaan populasinya dapat dipilih teknik sampling yang sesuai atau tepat.

Secara umum, besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh mekanisme error (e) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut, sehingga besarnya sampel dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Dengan tingkat kepercayaan 95% dan error sampling sebesar 95%, besarnya sampel dapat dihitung dengan rumus error (E):

$$E = 1,96 \frac{P(1-p)}{n} \dots\dots\dots (1)$$

- b. Rumus tersebut tidak dapat digunakan secara langsung untuk menentukan besarnya sampel, karena dalam rumus tersebut besarnya p tidak dapat diketahui secara pasti. Tetapi karena nilai p selalu berkisar antara $0 - 1$, maka besarnya $p(1-p)$ maksimum dapat dicari:

$$f(p) = p - p^2.$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p \dots\dots\dots (2)$$

Dacari maksimum apabila :

$$\begin{aligned} \frac{df(p)}{dp} &= 0 \\ &= 1 - 2p \\ p &= 0,5 \end{aligned}$$

Harga maksimum $f(p)$ adalah:

$$\begin{aligned} f(p) &= p(1-p) \\ &= 0,5(1-0,5) \\ &= 0,25 \end{aligned}$$

- c. Diketahui nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% adalah 1,96, maka besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{[p(1-p)]^2 (1,96)^2}{E}$$

$$= 96,04$$

Berdasarkan keterangan dan batas-batas tentang besarnya sampel yang representatif tersebut di atas maka dalam penelitian ini sampel digunakan sebesar 96,04 ~ 100 sampel. Dari 100 sampel ini terbagi dalam 3 obyek wisata, yaitu obyek wisata PAP Guci sebanyak 40 sampel, obyek wisata Pantai Purwahamba sebanyak 40 sampel dan obyek wisata tirta Waduk Cacaban sebanyak 20 sampel. Pembagian sampel dengan perbandingan 2:2:1 ini dengan pertimbangan bahwa obyek wisata PAP Guci dan obyek wisata Pantai Purwahamba sudah relatif besar dan pengunjungnyapun tidak berasal dari Kabupaten Tegal saja tetapi juga dari luar daerah Kabupaten Tegal. Sedangkan obyek wisata tirta Waduk Cacaban, masih bersifat lokal.

3.3 Teknik analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan:

a. Analisa SWOT

Untuk menganalisis profil kepariwisataan di Kabupaten Tegal, maka digunakan data historis tentang rencana dan tujuan yang hendak dicapai. Setelah itu data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Freddy Rangkuti, 2001:18). Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Stenghts*) dan

peluang (*Opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan, dalam hal ini adalah kebijakan pemerintah.

Menurut Rencana Strategis Kantor Pariwisata Kabupaten Tegal tahun 2002-2006, faktor-faktor mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dijumpai pada kepariwisataan di Kabupaten Tegal adalah sebagai berikut:

Faktor kekuatan

1. Sarana Transportasi, telekomunikasi dan teknologi yang semakin baik sehingga wisatawan semakin mudah masuk ke Kabupaten Tegal
2. Terbukanya investasi bagi Penanaman Modal Asing (PMA) maupun Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dalam sektor pariwisata
3. Kebutuhan akan tempat rekreasi yang semakin meningkat
4. Jumlah penduduk yang semakin banyak
5. Tersedianya tenaga ahli di bidang pariwisata
6. Tersedianya jaringan air bersih dan listrik

Faktor Kelemahan

1. Lingkungan kawasan wisata yang terdapat di atas tanah bukan milik Pemerintah Daerah dan pemukiman penduduk.
2. Sarana Transportasi yang belum memadai untuk menuju ke obyek wisata

3. Kurang berkembangnya wisata budaya sebagai pendukung pariwisata
4. Rendahnya pemahaman pasar, kurangnya promosi dan informasi pasar
5. Masih kurang lengkapnya Peraturan Daerah mrrngmahi usaha industri pariwisata
6. Belum optimalnya dukungan yang memadai dari sektor industri pariwisata
7. Masih sedikit jumlah sumber daya manusia yang berkualifikasi pariwisata
8. Rendahnya mutu produk pariwisata sehingga tidak dapat bersaing.

Peluang

1. Potensi Geografis

Kawasan obyek wisata berada pada jalur transportasi yang strategis. Obyek wisata Purwahamba Indah berada pada jalur Pantai Utara (Pantura), Obyek wisata PAP Guci berada pada jalur transpotasi antara Tegal dan Purwokerto serta obyek wisata tirta Waduk Cacaban lokasinya yang mudah dijangkau.

2. Potensi Alam

Kawasan wisata di Kabupaten Tegal memiliki keindahan alam terutama pada bagian selatan Gunung Slamet dan Pantai Utara (Pantura)

3. Banyak potensi budaya masyarakat yang masih dapat dikembangkan menjadi potensi wisata
4. Sikap dan perilaku masyarakat yang cukup kreatif

Ancaman

1. Adanya usaha rekreasi dan hiburan yang lebih maju di daerah lain
2. Adanya pendapat dari sebagian masyarakat bahwa kepariwisataan berdampingan dengan hal-hal yang negatif
3. Menurunnya kemampuan ekonomi masyarakat
4. Kondisi keamanan yang kurang memadai
5. Meningkatnya mutu pelayanan dan efisiensi manajemen pariwisata di daerah lain.

b. Analisis Regresi

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obyek wisata di Kabupaten Tegal, menggunakan analisis Regresi Linier Berganda atau Multiple Regression dengan bantuan Program SPSS. Secara Umum, persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 1990:18):

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_i, \dots, X_n)$$

Atau:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_iX_i + \dots + b_nX_n$$

dimana :

a : intersep (perpotongan)

b : koefisien regresi

X : variabel yang menjelaskan (independen variabel)

Y : variabel yang dijelaskan (dependen variabel)

Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana:

a : intersep

b_1, b_2, b_3, b_4 : koefisien regresi

Y : variabel minat membeli jasa obyek wisata

X_1 : variabel penilaian responden tentang pelayanan

X_2 : variabel penilaian responden tentang harga

X_3 : variabel penilaian responden tentang promosi

X_4 : variabel penilaian responden tentang diversifikasi produk

Untuk mengukur hubungan linieritas, dilakukan analisis korelasi (Imam Ghazali, 2001). Sedangkan untuk menilai *Goodness of fit* yaitu ketepatan Fungsi Regresi Sample dalam menaksir nilai aktual dilakukan:

- Uji statistik t

yaitu untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

- Uji statistik F

yaitu untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

- Koefisien determinasi

yaitu untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Untuk melihat kesesuaian penggunaan model regresi, digunakan uji asumsi klasik:

- Uji Multikolinieritas

yaitu untuk menguji apakah dalam model tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak.

- Uji Heterokedastisitas

yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

- Uji Normalitas

yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

c. Analisa Location Quotient (LQ)

Untuk menggolongkan sektor industri mana yang merupakan industri basis atau non basis, digunakan Analisa Location Quotient (LQ). Secara umum analisa LQ dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$LQ = \frac{v_i/v_t}{V_i/V_t} \cdot \frac{v_i/V_t}{v_i/v_t}$$

v_i adalah pendapatan dari industri di suatu daerah

v_t adalah pendapatan total daerah

V_i adalah pendapatan dari industri sejenis di daerah pembanding

V_t adalah pendapatan regional dari daerah pembanding

Jika nilai $LQ > 1$, maka dapat dikatakan bahwa sektor tersebut adalah sektor basis. Artinya sektor tersebut dapat diekspor ke daerah lain. Jika $LQ = 1$ maka dapat dikatakan bahwa sektor tersebut hanya dapat dikonsumsi sendiri oleh daerah tersebut dan jika $LQ < 1$ maka dapat dikatakan bahwa sektor tersebut bukan sektor basis dan harus mengimpor.

Dengan model LQ tersebut, dilakukan modifikasi sehingga model dalam penelitian ini:

$$LQ = \frac{v_i/v_t}{V_i/V_t} \cdot \frac{v_i/V_t}{v_i/v_t}$$

Dimana:

v_i adalah pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Tegal

v_t adalah pendapatan total sektor pariwisata di Kabupaten Tegal

V_i adalah pendapatan dari sub-sub sektor pariwisata di Jawa Tengah

V_t adalah pendapatan total sektor pariwisata di Jawa Tengah

Pendapatan sektor pariwisata pada penelitian ini dibedakan menjadi 4 jenis (Dinas Pariwisata Jawa Tengah), yaitu:

- Pajak Hotel dan Restoran
- Pajak Hiburan
- Retribusi tempat penginapan /pesanggrahan/villa
- Retribusi tempat rekreasi dan olah raga.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

a. Permintaan jasa obyek wisata

Permintaan jasa obyek wisata adalah minat membeli jasa obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal. Data ini diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang ada pada kuesioner.

Permintaan jasa obyek wisata, diukur dengan:

- Frekuensi membeli/mengunjungi obyek wisata
- Kepuasan selama mengunjungi/membeli obyek wisata
- Keinginan untuk membeli/mengunjungi kembali obyek wisata
- Pengeluaran selama berada di obyek wisata

b. Penilaian pelayanan

Pelayanan adalah servis yang diberikan kepada konsumen oleh pihak petugas yang bertugas di obyek wisata. Mutu pelayanan ini diukur dengan:

- Pelayanan dan sikap petugas dalam melayani
- Keramahan dan kesopanan para petugas dalam melayani
- Kecekatan dan ketrampilan dalam melayani
- Kemampuan petugas dalam menguasai tugasnya
- Perhatian dan atensi petugas dalam menanggapi permintaan dan keluhan pelanggan.

c. Penilaian harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk membeli dan menikmati obyek wisata. Harga dalam penelitian ini diukur dengan:

- Kesesuaian harga dengan kondisi obyek wisata
- Kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan
- Kondisi harga yang ditetapkan jika dibandingkan dengan harga obyek wisata daerah lain.
- Ketertarikan terhadap penetapan harga pada obyek wisata
- Ketertarikan terhadap penetapan harga khusus pada obyek wisata

d. Penilaian promosi

Promosi adalah pemberitahuan / pemberitaan tentang obyek wisata beserta sarana yang ada kepada masyarakat. Promosi dalam penelitian ini diukur dengan:

- Media promosi yang digunakan
- Intensitas promosi yang pernah diketahui oleh konsumen
- Menarik atau tidaknya promosi yang dijalankan
- Kesesuaian promosi dengan kondisi obyek wisata
- Keefektifan promosi yang dilakukan Pemerintah Daerah

e. penilaian diversifikasi produk

Diversifikasi produk adalah keanekaragaman produk di obyek wisata.

Diversifikasi produk dalam penelitian ini diukur dengan:

- Kondisi fisik obyek wisata
- Kelengkapan fasilitas yang ada di obyek wisata

f. Pendapatan Sektor Pariwisata

Pendapatan sektor pariwisata adalah seluruh pendapatan dari sektor pariwisata, yang bersumber dari:

- Pajak Hotel dan Restoran
- Pajak hiburan
- Retribusi penginapan/pesanggrahan/villa
- Retribusi tempat rekreasi dan Olah raga.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Pariwisata di Kabupaten Tegal

4.1.1. Asset Pariwisata di Kabupaten Tegal

Maju mundurnya kepariwisataan di suatu daerah tidak hanya dari jumlah dan keindahan dari obyek wisata, tetapi sangat didukung oleh kelengkapan yang ada di daerah tersebut seperti akomodasi, usaha rekreasi dan hiburan umum dan lain-lain.

Tabel 4.1 memperlihatkan asset pariwisata yang ada di Kabupaten Tegal secara lengkap.

Tabel 4.1
Asset Pariwisata di Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998-2001

No	Asset Wisata	1997/1998	1998/1999	1999/2000	2000	2001
1	Akomodasi					
	- Hotel bintang	2	2	2	2	2
	- Hotel melati	18	18	18	18	18
	- Villa	10	10	10	10	10
	- Pondok wisata	8	8	8	8	8
	- Motel	2	2	2	2	2
	- Panti Pijat	3	3	3	3	3
	- Kolam renang	2	2	2	2	2
	- Padang golf	1	1	1	1	1
	- Kolam pancingan	1	1	1	1	1
	-Gedung pertemuan	1	1	1	1	1
	- Money Changer	1	1	1	1	1
	- Toko cinderamata	4	4	4	4	4
	- Arena billiard	1	1	1	1	1
	- Gelanggang OR	1	1	1	1	1
2	Obyek Wisata					
	- PAP Guci	1	1	1	1	1
	- Purwa Hamba Ind	1	1	1	1	1
	- Cacaban	1	1	1	1	1

3	Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum					
	- Taman Rekreasi	1	1	1	1	1
	- Steambath/sauna	-	-	-	-	-
	- Night Club	-	-	-	-	-
	- Diskotik	1	1	1	1	1
	- Karaoke	2	2	2	2	2
	- Pusat seni	-	-	-	-	-
	- Taman Siswa	1	1	1	1	1
	- Pentas seni	2	2	2	2	2
	- Seni Tradisional	2	2	2	2	2
4	Pramuwisata	-	-	-	-	-
5	Pusat Informasi Pariwisata	3	3	3	3	3

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998-2001

Dari tabel di atas terlihat bahwa asset pariwisata di Kabupaten Tegal selama kurun waktu 1997/1998 hingga 2001 secara kuantitas tidak mengalami perubahan.

4.1.2. Usaha Pariwisata dan Daya Serap Tenaga Kerja

Usaha pariwisata berupa hotel, penginapan ataupun villa merupakan salah satu faktor penunjang yang penting. Tabel 4.2 memperlihatkan tentang usaha pariwisata yang berupa hotel, penginapan, villa beserta daya serap tenaga kerja yang ada di Kabupaten Tegal.

Tabel 4.2.
Usaha Pariwisata dan Daya Serap Tenaga Kerja
Di Kabupaten Tegal

No	Jenis Usaha	Jum. Kamar	Jum. T. Tidur	Jum. Tenaga Kerja		
				LK	PR	Jml.
1	Hotel Bintang 1	64	108	77	14	91
2	Hotel Melati 1	216	282	45	11	56
3	Hotel Melati 2	35	37	4	2	6
4	Hotel Melati 3	59	108	25	8	33
5	Villa	30	54	9	11	20
6	Pondok Wisata	43	6	8	-	8
7	Motel	10	5	5	-	5
	Jumlah	457	510	173	46	216

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal, 2001 (diolah)

Dari data pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa ada 216 tenaga kerja yang terserap. Dari jumlah tersebut ternyata hotel bintang 1 yang mempunyai daya serap tenaga kerja tertinggi yaitu 91 orang. Jumlah kamar dan jumlah tempat tidur terbanyak adalah hotel melati 1 masing-masing 216 kamar dan 282 tempat tidur.

4.1.3. Obyek Wisata

Obyek wisata di Kabupaten Tegal banyak ragamnya dan tersebar di berbagai kecamatan. Namun Obyek wisata yang ada tersebut tidak semuanya sudah dikembangkan. Dari 12 obyek wisata yang ada, yang sudah dikembangkan adalah 3 obyek wisata. Obyek wisata yang akan dikembangkan dalam jangka pendek ada 3 dan 6 obyek wisata lainnya akan dikembangkan dalam jangka panjang. Tabel 4.3 berikut ini memperlihatkan nama-nama obyek wisata yang sudah dikembangkan di Kabupaten Tegal.

Tabel 4.3.
 Nama-nama Obyek Wisata Yang Sudah Dikembangkan
 di Kabupaten Tegal

No	Obyek Wisata	Jenis OW	Fasilitas yang tersedia	Spesifikasi Obyek
1	Pemandian Air Panas Guci	Alam	<ul style="list-style-type: none"> -Penginapan/hotel bintang, hotel melati,villa, pondok wisata. - PAP tertutup - PAP terbuka - Kolam renang air panas - Arena mainan Anak anak - Wisata hutan, Wisata goa - Tempat jogging,Camp ping ground, hiking - Sarana olah raga - Panggung hiburan -Penginapan/hotel bintang, hotel melati 	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber air panas yang menyembuhkan penyakit - Panorama alam yang indah - Tempat istirahat yang nyaman dan segar
2	Pantai Purwahamba Indah	Buatan	<ul style="list-style-type: none"> - Kolam renang bertaraf internasional - Mainan anak-anak (sepeda air) - Kebun binatang mini/taman - Panggung hiburan - Arena pemancingan - Mengelilingi waduk dengan kapal motor 	<ul style="list-style-type: none"> -Pemandangan alam pantai yang indah -Wisata air -Ikan bakar dan air kelapa muda -Kolam renang tepi pantai -Makanan khas ikan air tawar -panorama alam pegunungan
3	Tirta Waduk Cacaban	Buatan	<ul style="list-style-type: none"> - Kebun binatang mini - Wisata air 	<ul style="list-style-type: none"> - Waduk pertama di Indonesia yang diresmikan oleh Presiden RI ke-1 (Ir. Soekarno)

Sumber: Statistik Arus Wisata Kab. Tegal.
 Tahun 1997/1998-2001

Dari 3 obyek wisata yang sudah dikembangkan, seperti yang ada pada tabel 4.3, 1 obyek wisata adalah jenis obyek wisata alam yaitu pemandian Air

Panas Guci yang terletak di Kecamatan Bojong. Sedangkan 2 obyek wisata lainnya adalah jenis obyek wisata buatan, yaitu Pantai Purwahamba Indah yang terletak di Kecamatan Suradadi dan obyek wisata Tirta Waduk Cacaban yang terletak di Kecamatan Kedungbanteng.

Obyek wisata yang akan dikembangkan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Nama-nama Obyek Wisata Yang Akan Dikembangkan
Di Kabupaten Tegal

No	Obyek Wisata Yang Akan Dikembangkan	Lokasi/Jarak dari Ibu Kota	Spesifikasi
1	<u>Jangka Pendek</u> Makam Sunan Amangkurat I	Kec. Adiwerna 10 Km	Tempat dimakamkannya Sunan Amangkurat I
2	Gunung Tanjung	Kec. Lebaksiu 7 Km	-Tradisi Rebo Wekasan yang diadakan setiap bulan Safar pada Minggu terakhir -Petilasan/Makam Syech Maulana Mahribi
3	Pemandian Umum Kalibakung I	Kec. Balapulang 15 Km	Pemandian Umum
1	<u>Jangka Panjang</u> Makan Suropono Lawen	Kec. Adiwerna 3 Km	Ziarah
2	Makam Semedo	Kec. Jatinegara 15 Km	Ziarah
3	Cenggini	Kec. Balapulang 20 Km	Balong Petilasan Sunan Kalijaga
4	Goa Santri	Kec. Balapulang 18 Km	Goa Alam
5	Goa Lawet	Kec. Balapulang 20 Km	Goa Alam dan hampanan batu besar
6	Telaga Putri	Kec. Bumijawa	Pegunungan

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal, Tahun 1997/1998-2001

4.1.4. Arus Wisatawan

Wisatawan yang datang ke obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal, ternyata tidak hanya wisatawan nusantara saja tetapi wisatawan manca negarapun mengunjungi obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal khususnya di PAP Guci dan Purwahamba Indah. Tabel 4.5 memperlihatkan arus wisatawan ke obyek wisata PAP Guci tahun 1997/1998-2001

Tabel 4.5
Arus Wisatawan ke Obyek Wisata PAP Guci
Tahun 1997/1998-2001

No	Tahun	Wisatawan Nusantara		Wisatawan Mancanegara	Jumlah
		Dewasa	Anak-anak		
1	1997/1998	146.927	27.064	341	174.332
2	1998/1999	159.887	29.890	302	190.079
3	1999/2000	171.883	17.017	169	189.069
4	2000	153.624	18.302	154	172.080
5	2001	230.136	47.604	153	277.893

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998-2001 (diolah)

Dari tabel diatas terlihat bahwa arus wisatawan ke obyek wisata PAP Guci mengalami kecenderungan meningkat. Pada tahun 1999/2000 mengalami penurunan jumlah wisatawan yang ke PAP Guci, hal ini dikarenakan adanya dampak krisis yang melanda Indonesia. Tahun 2000 Jumlah arus wisatawan juga mengalami penurunan, hal ini dikarenakan pada tahun tersebut terjadi perubahan tahun anggaran sehingga jumlah kunjungan wisatawan tahun 2000 dihitung mulai bulan April 2000 hingga Desember 2000 saja.

Untuk melihat arus wisatawan ke obyek wisata Purwahamba Indah dan Waduk Cacaban, ada pada tabel 4.6 dan tabel 4.7 berikut ini.

Tabel 4.6
Arus Wisatawan Ke Obyek Wisata Purwahamba Indah
Tahun 1997/1998-2001

No.	Tahun	Wisatawan Nusantara		Wisatawan Asing	Jumlah
		Dewasa	Anak-anak		
1	1997/1998	140.333	40.390	210	180.933
2	1998/1999	145.800	56.048	243	202.091
3	1999/2000	151.710	53.905	-	205.615
4	2000	128.044	62.581	17	190.642
5	2001	186.484	109.988	14	296.486

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998-2001 (diolah)

Dari Tabel di atas terlihat bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Purwahamba Indah dalam kurun waktu 1997/1998-2001 terus mengalami peningkatan kecuali pada tahun 2000 mengalami penurunan. Penurunan ini dikarenakan pada tahun 2000 perhitungan hanya dimulai dari bulan April hingga Desember.

Tabel 4.7
Arus Wisatawan ke Obyek Wisata Waduk Cacaban
Tahun 1997/1998-2001

No	Tahun	Wisatawan Nusantara		Wisatawan Mancanegara	Jumlah
		Dewasa	Anak-anak		
1	1997/1998	18.083	7.944	0	26.027
2	1998/1999	13.167	7.125	0	20.292
3	1999/2000	12.595	7.585	0	20.180
4	2000	10.434	4.013	0	14.447
5	2001	15.257	7.045	0	22.302

Sumber: Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal
Tahun 1997/1998-2001 (diolah)

Jumlah kunjungan wisatawan ke Waduk Cacaban dari tahun ke tahun selama kurun waktu 1997/1998-2001, kecenderungannya mengalami penurunan. Penurunan ini dimungkinkan bahwa pengelolaan di obyek wisata Waduk Cacaban

kurang baik sehingga kurang menarik minat pengunjung untuk datang ke obyek wisata tersebut.

4.2. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung obyek wisata di Kabupaten Tegal dengan jumlah 100 responden. Jawaban dari responden atas pertanyaan pada kuesioner ini dimaksudkan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obyek wisata di Kabupaten Tegal dengan menggunakan analisis regresi. Berdasarkan data yang didapat dari responden atau pengunjung obyek wisata, maka dapat diketahui gambaran umum sebagai berikut:

a. Kelompok responden berdasarkan tingkat usia dan jenis kelamin responden

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung obyek wisata di Kabupaten Tegal sebesar 52% adalah laki-laki dan sisanya sebesar 48% adalah perempuan. Jika ditinjau dari usianya prosentase terbesar (35%) adalah berusia antara 21-30 tahun, selebihnya bervariasi seperti terlihat dalam tabel 4.8

Tabel 4.8
Tingkat Usia dan Jenis Kelamin Responden

Umur (tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah	%
	Laki-laki	Perempuan		
< 21	17	13	30	30%
21 - 30	21	14	35	35%
31 - 40	10	17	27	27%
40 - 50	2	3	5	5%
> 50	2	1	3	3%
Total	52	48	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah.

- b. Kelompok responden berdasarkan jenis pekerjaan dan status perkawinan responden

Ditinjau dari jenis pekerjaan pengunjung pada obyek wisata di Kabupaten Tegal sebagian besar adalah mahasiswa/pelajar yaitu 40%, lainnya yaitu 31% sebagai wiraswasta, 15% Pegawai Negeri, 10% pegawai swasta dan sisanya 4% adalah ibu rumah tangga. Sedangkan ditinjau dari status perkawinannya adalah 53% tidak (belum) menikah dan sisanya sebesar 47% sudah menikah.

Tabel 4.9
Jenis Pekerjaan dan Status Perkawinan Responden

Pekerjaan	Status Perkawinan		Jumlah	%
	Menikah	Belum/tidak Menikah		
Peg. Negeri	11	4	15	15%
Peg. Swasta	2	8	10	10%
Wiraswasta	2	11	31	31%
Mahasiswa/pelajar	10	30	40	40%
Ibu Rumah Tangga	4	-	4	4%
Total	47	53	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

- c. Kelompok responden berdasarkan daerah asal responden

Pengunjung obyek wisata yang datang di Kabupaten Tegal semuanya merupakan pengunjung domestik. Dilihat dari daerah asalnya, sebagian pengunjung obyek wisata berasal dari Kabupaten Tegal (45%), dari Kota Tegal 30%, Kabupaten Pemalang 10%, Kabupaten Brebes 8% dan dari daerah lainnya adalah 7%.

Tabel 4. 10
Daerah Asal Responden

Daerah Asal	Jumlah	%
Kabupaten Tegal	45	45%
Kota Tegal	30	30%
Kabupaten Pemalang	10	10%
Kabupaten Brebes	8	8%
Lainnya	7	7%
	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

d. Kelompok responden berdasarkan tingkat pendidikan responden

Ditinjau dari tingkat pendidikan yang pernah ditempuh oleh responden, sangat beragam. Sebagian besar responden (55%) berpendidikan Sekolah Lanjutan Atas (SLTA), Perguruan Tinggi (PT) sebesar 23%, Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) sebesar 15% dan Sekolah Dasar (SD) sebesar 7%.

Tabel 4.11
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
Sekolah Dasar	7	7%
Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama	15	15%
Sekolah Lanjutan Tingkat Atas	55	55%
Perguruan Tinggi	23	23%
	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang hasil penelitian. Hasil penelitian ini dimulai dari Analisis SWOT, pengolahan data penilaian responden tentang pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal dengan menggunakan analisis Regresi (Program Statistik SPSS ver. 10.0) dan analisis Location Quotient (LQ) untuk mencari sektor basis dan bukan basis pada sumber-sumber penerimaan sektor pariwisata di Kabupaten Tegal.

5.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities and Threats*) dalam penelitian ini mengkaji fenomena secara kualitatif tentang faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman kepariwisataan di Kabupaten Tegal.

Dari faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah dikemukakan pada Bab III, maka dapat dibuat Matrik Faktor Strategi Internal, Matrik Faktor Strategi Eksternal dan Matrik SWOT. Untuk dapat membuat matrik SWOT, langkah-langkah yang dilakukan adalah menghitung jawaban yang diberikan responden atas pertanyaan pada kuesioner. Langkah pertama adalah menghitung nilai pada masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Langkah selanjutnya adalah membagi nilai faktor kekuatan dan kelemahan dengan total nilai total faktor strategi internal (IFAS) serta membagi nilai faktor peluang dan ancaman dengan total nilai faktor

Tabel 5.2

Perhitungan Bobot Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	a	B	c	d	e	Nilai	Bobot
<u>Peluang</u>							
1.Potensi geografis Kawasan obyek wisata berada pada jalur transportasi yang strategis	20	16	2	2	-	134	0,14
2.Potensi Alam Kawasan wisata memiliki keindahan alam	19	15	3	3	-	126	0,13
3.Potensi budaya masyarakat yang masih belum dikembangkan	6	13	17	5	-	99	0,10
4.Sikap dan perilaku masyarakat yang cukup kreatif	10	15	11	4	-	111	0,22
						470	
<u>Ancaman</u>							
1.Adanya usaha rekreasi dan hiburan yang lebih maju di daerah lain	10	12	13	5	-	107	0,11
2.Adanya pendapat dari sebagian masyarakat bahwa kepariwisataan berdampingan dengan hal-hal yang negatif	10	8	17	5	-	103	0,11
3.Menurunnya kemampuan ekonomi masyarakat	11	15	10	4	-	113	0,12
4.Kondisi keamanan yang kurang memadai	16	12	9	3	-	57	0,05
5.Meningkatnya mutu pelayanan dan efisiensi manajemen pariwisata di daerah lain	11	15	11	3	-	114	0,12
						494	

Bobot pada masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan hasil perhitungan kemudian dikalikan dengan rating. Rating ini diperoleh dengan membandingkan kondisi pariwisata pada daerah lain di sekitar Kabupaten Tegal. Rating untuk masing-masing faktor berskala dari 1 sampai 4, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pariwisata di Kabupaten Tegal. Variabel

yang bersifat positif (variabel kekuatan dan variabel peluang) diberi nilai mulai dari 1 sampai 4 (sangat baik). Sedangkan pemberian nilai untuk variabel yang bersifat negatif (variabel kelemahan dan ancaman) adalah kebalikannya. Jika nilai kelemahan atau ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1 dan sebaliknya jika nilai kelemahan atau ancaman kecil maka ratingnya adalah 4.

Tabel 5.3
Matrik Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor Kekuatan dan Kelemahan	Bobot	Rating	B x R
Kekuatan			
1. Sarana transportasi, telekomunikasi dan teknologi yang semakin baik sehingga wisatawan semakin mudah masuk ke Kabupaten Tegal	0,10	4	0,40
2. Terbukanya investasi bagi PMA maupun PMDN dalam sektor pariwisata	0,07	4	0,28
3. Kebutuhan akan tempat rekreasi yang semakin meningkat	0,08	3	0,24
4. Jumlah penduduk yang semakin banyak	0,07	3	0,21
5. Tersedianya tenaga ahli dibidang pariwisata	0,06	3	0,18
6. Tersedianya jaringan air bersih dan listrik	0,08	3	0,24
Kelemahan			
1. Lingkungan kawasan yang terdapat di atas tanah bukan milik Pemda dan pemukiman penduduk	0,04	3	0,12
2. Sarana transportasi yang belum memadai untuk menuju ke obyek wisata	0,06	1	0,06
3. Kurang berkembangnya wisata budaya sebagai pendukung pariwisata	0,07	1	0,07
4. Rendahnya pemahaman pasar, kurangnya promosi dan informasi pasar	0,07	1	0,07
5. Masih kurang lengkapnya Perda mengenai usaha industri pariwisata	0,07	2	0,14
6. Belum optimalnya dukungan yang memadai dari sektor industri pariwisata	0,04	2	0,08
7. Masih sedikit jumlah SDM yang berkualifikasi pariwisata	0,07	1	0,07
8. Rendahnya mutu produk pariwisata sehingga tidak dapat bersaing.	0,07	2	0,14
Total	1,00		2,30

Tabel 5.3 di atas memperlihatkan secara lengkap Matrik Faktor Strategi Internal. Pada tabel tersebut terlihat bahwa, faktor kekuatan yang memiliki bobot tertinggi adalah pada faktor sarana transportasi, telekomunikasi dan teknologi yang semakin baik. Sedangkan pada faktor kelemahan, nilai bobot cukup merata.

Matrik Faktor Strategis Eksternal pariwisata Kabupaten Tegal, tertuang dalam tabel 5.4. Dalam tabel tersebut, terlihat bahwa potensi geografis Kabupaten Tegal mempunyai bobot peluang terbesar yaitu 0,14. Sedangkan faktor ancaman terbesar adalah melemahnya perekonomian masyarakat dan mutu pelayanan serta efisiensi manajemen pariwisata di daerah lain yang semakin baik masing-masing dengan bobot 0,12.

Tabel 5.4
Matrik Faktor Strategis Eksternal

Faktor-faktor Peluang dan Ancaman	Bobot	Rating	BxR
Peluang			
1. Potensi Geografis Kawasan obyek wisata berada pada jalur transportasi yang strategis	0,14	4	0,56
2. Potensi Alam Kawasan wisata memiliki keindahan Alam	0,13	4	0,56
3. Potensi budaya masyarakat yang masih belum dikembangkan	0,10	2	0,20
4. Sikap dan perilaku masyarakat yang kreatif	0,12	1	0,12
Ancaman			
1. Adanya usaha rekreasi dan hiburan yang lebih maju di daerah lain	0,11	1	0,11
2. Adanya pendapat dari sebagian masyarakat bahwa kepariwisataan berdampak dengan hal-hal yang negatif	0,11	4	0,44
3. Menurunnya kemampuan ekonomi masyarakat	0,12	4	0,48
4. Kondisi keamanan yang kurang memadai	0,05	2	0,10
6. Meningkatnya mutu pelayanan dan efisiensi manajemen pariwisata di daerah lain	0,12	3	0,36
Total	1		2,89

Setelah total skor faktor internal dan total skor faktor eksternal dihitung, maka langkah selanjutnya adalah analisis dengan menggunakan Matrik General Electrik (GE Matrik). GE Matrik ini bertujuan untuk mengetahui posisi pariwisata Kabupaten Tegal Total skor faktor internal pariwisata Kabupaten Tegal 2,3 sedangkan total skor faktor eksternal adalah 2,89. Dengan total skor faktor internal dan eksternal tersebut maka dapat diketahui bahwa pariwisata Kabupaten Tegal ada pada posisi pertumbuhan melalui integrasi horisontal. Matrik General Electrik secara lengkap, ada pada gambar 5.1 berikut ini:

Gambar 5.1
Matrik General Electrik Pariwisata
Di Kabupaten Tegal

Total Skor Faktor Internal		
4,0 Kuat	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah 1,0
Pertumbuhan Melalui Integrasi Vertikal	Pertumbuhan melalui Integrasi Horizontal	Penciutan melalui "Turn around"
Stabilitas	Pertumbuhan melalui Integrasi Horizontal Stabilitas	Divestasi
Pertumbuhan melalui Difersifikasi Konsentrik	Pertumbuhan melalui Difersifikasi Konglomerat	Likuidasi

Setelah posisi kepariwisataan di Kabupaten Tegal diketahui, langkah selanjutnya adalah analisis dengan menggunakan Matrik SWOT. Dalam Matrik SWOT ini akan dihasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 5.5
Matrik SWOT Pariwisata Kabupaten Tegal

	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Potensi geografis 2.Potensi atraksi wisata 3.Tersedianya banyak potensi pariwisata yang masih dapat dikembangkan 4.Dimilikinya keindahan alam terutama di bagian Selatan G. Slamet dan Pantai Utara 5.Sikap dan Perilaku masyarakat yang kreatif 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Ling. wisata yang ter dapat di atas tanah bukan milik Pemda dan pemukiman penduduk 2.Sarana transpotasi yang kurang memadai untuk menuju OW 3.Kurang berkembang nya wisata budaya 4.Rendahnya pemahaman pasar, promosi dan informasi pasar 5.Kurang lengkapnya aturan mengenai usaha industri pariwisata 6.Belum optimalnya dukungan yang memadai dari industri pariwisata 7.Minimnya jumlah SDM yang berkualitas pariwisata 8.Rendahnya mutu produk pariwisata
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Sarana transpotasi, tele komunikasi dan teknologi yang semakin baik 2.Terbukanya investasi bagi PMA dan PMDN 3.Kebutuhan dan minat masyarakat akan rekreasi yang meningkat 4.Jumlah penduduk yang semakin banyak 	<p>Interaksi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Menyiapkan data dan masterplan OW sebagai kegiatan yang sifatnya bisa menarik inverstor 2.Melaksanakan promosi 3.Membuka jalur transpotasi khusus yang menuju ke obyek 	<p>Interaksi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Mengadakan sarana transpotasi yang menuju ke obyek wisata. 2.Menyelenggarakan atraksi kesenian tradisional secara rutin untuk menarik wisatawan perluasan OW

<p>5. Tersedianya tenaga ahli di bidang pariwisata</p> <p>6. Tersedianya jaringan air bersih dan listrik</p>	<p>wisata.</p> <p>4. Keindahan alam pada kawasan wisata dijadikan ciri khas sehingga membuat kebanggaan tentang obyek wisata di Kab. Tegal.</p>	<p>3. Mengikuti pameran /promosi pariwisata ke dalam dan luar daerah sebagai upaya menarik investor</p> <p>4. Mengadakan penataran/mengirimkan personil untuk dididik tentang kepariwisataan.</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Adanya usaha rekreasi dan hiburan yang lebih maju</p> <p>2. Adanya pendapat masyarakat bahwa kepariwisataan berdampak dengan hal-hal negatif</p> <p>3. Menurunnya kemampuan ekonomi masyarakat</p> <p>4. Kondisi keamanan yang kurang memadai</p> <p>5. Meningkatnya mutu pelayanan dan efisiensi manajemen pariwisata di tempat lain.</p>	<p>Interaksi S-T</p> <p>1. Membuat mainan anak-anak, tempat hiburan dan menambah fasilitas sebagai kelengkapan sarana OW yang menarik. Menambah sarana transportasi untuk menuju ke obyek wisata.</p> <p>2. Mengadakan penyuluhan pada masyarakat akan perlunya pariwisata (kebersihan, keamanan, ketertiban dan keindahan)</p> <p>3. Promosi terpadu, sehingga dapat menarik investor untuk menanam modalnya guna pengembangan pariwisata di Kabupaten Tegal.</p>	<p>Interaksi W-T</p> <p>1. Mengadakan pentas seni/hiburan rakyat</p> <p>2. Mengadakan penataran/ mengirim personil untuk dididik tentang kepariwisataan</p> <p>3. Mengadakan penyuluhan tentang sadar wisata.</p> <p>4. Menggalakkan promosi dengan menyebarkan informasi lewat pembuatan leaflet, brosur dsb.</p>

5.2. Analisis Regresi

Analisis Regresi pada penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obyek wisata di Kabupaten Tegal. Untuk maksud tersebut telah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100

responden dan didahului uji instrumen penelitian dengan jumlah 30 responden. Berdasarkan data yang didapat dari uji instrumen penelitian, menunjukkan hasil yang sah dan berkorelasi pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ (print out terlampir).

5.2.1. Analisis pengaruh faktor-faktor pelayanan (X_1), harga (X_2), promosi (X_3) dan diversifikasi produk (X_4) terhadap minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal

Untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal digunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Tabel 5.6
Hasil Perhitungan Analisis Regresi

Variabel	Koefisien
Y = Minat membeli jasa obyek wisata	
a = konstanta	- 1,028 (-3,187)*
X_1 = penilaian pelayanan	0,672 (19,275)*
X_2 = penilaian harga	0,069 (0,067)*
X_3 = penilaian promosi	0,060 (2,427)*
X_4 = penilaian diversifikasi produk	0,240 (6,114)*
R^2 = 0,970	
Adj. R^2 = 0,969	
R = 0,985	
F Stat. = 769,694*	
N = 100	

Nilai t tabel α 5% = 2,576

* Sig. pada α = 5%

Dalam tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen yang digunakan dalam model mempunyai parameter positif, kecuali pada konstanta yang nilainya negatif. Pada tabel 5.6 di atas juga memperlihatkan bahwa variabel pelayanan memberikan nilai yang paling besar (dominan).

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas, dapat diartikan masing-masing koefisien:

1. Nilai tetap Y (a) sebesar $-1,028$ mempunyai arti bahwa bila nilai koefisien variabel penilaian pelayanan (X_1), harga (X_2), promosi (X_3) dan diversifikasi produk (X_4) sama dengan nol maka nilai minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal sama dengan $-1,028$.
2. Variabel penilaian pelayanan (X_1). Dengan memperhatikan variabel yang lainnya dalam model diatas seperti penilaian harga (X_2), promosi (X_3) dan diversifikasi produk (X_4), maka hasil uji t Statistik menunjukkan bahwa variabel pelayanan pada tingkat kepercayaan 95% mempunyai pengaruh positif dan nyata terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Nilai koefisien variabel penilaian pelayanan (X_1) sebesar $0,672$ mempunyai arti bahwa setiap perubahan variabel penilaian pelayanan (X_1) sebesar satu satuan dengan asumsi nilai penilaian tentang harga (X_2), promosi (X_3) dan diversifikasi produk (X_4) tetap, akan diimbangi dengan perubahan variabel minat membeli jasa obyek wisata (Y) sebesar $0,672$. Karena nilai koefisien variabel X_1 positif, maka setiap kenaikan atau penurunan nilai variabel penilaian pelayanan sebesar satu satuan akan diimbangi dengan kenaikan atau

penurunan variabel minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal sebesar 0,672.

3. Variabel penilaian harga (X_2). Dengan memperhatikan variabel lainnya dalam model di atas seperti penilaian pelayanan (X_1), promosi (X_3), dan diversifikasi produk (X_4), maka hasil uji t Statistik menunjukkan bahwa variabel harga pada tingkat kepercayaan 95% berpengaruh lemah positif terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Artinya bahwa naiknya harga masuk obyek pada wisata obyek wisata di Kabupaten Tegal tidak akan menurunkan minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal tetapi justru meningkatkan minat membeli obyek wisata walaupun kecil (lemah) pengaruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa harga (tiket masuk) obyek wisata di Kawasan Kabupaten Tegal masih terjangkau oleh masyarakat. Nilai koefisien variabel penilaian tentang harga (X_2) sebesar 0,069 mempunyai arti bahwa setiap perubahan variabel penilaian harga (X_2) sebesar 0,069 sebesar satu satuan dengan asumsi nilai penilaian pelayanan (X_1), promosi (X_3) dan diversifikasi produk (X_4) tetap, akan diimbangi dengan perubahan variabel minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal (Y) sebesar 0,069. Karena nilai koefisien variabel X_2 positif maka setiap kenaikan atau penurunan nilai variabel penilaian harga sebesar satu satuan akan diimbangi dengan kenaikan atau penurunan variabel minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal sebesar 0,069.
4. Variabel penilaian promosi (X_3). Dengan memperhatikan variabel lainnya dalam model di atas seperti penilaian pelayanan (X_1), harga (X_2) dan diversifikasi produk (X_4) maka hasil uji t Statistik menunjukkan bahwa variabel

promosi pada tingkat kepercayaan 95% berpengaruh lemah dan positif. Artinya bahwa apabila variabel promosi naik dalam hal ini promosi lebih digalakkan, maka akan meningkatkan minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal walaupun pengaruhnya sangat kecil. Nilai koefisien variabel promosi (X_3) sebesar 0,060 mempunyai arti bahwa setiap perubahan variabel penilaian promosi (X_3) sebesar satu satuan dengan asumsi nilai penilaian pelayanan (X_1), harga (X_2) dan diversifikasi produk (X_4) tetap akan diimbangi dengan perubahan variabel minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal sebesar 0.060.

5. Variabel penilaian diversifikasi produk (X_4). Dengan memperhatikan variabel lainnya dalam model di atas seperti penilaian pelayanan (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3), maka hasil uji t Statistik menunjukkan bahwa variabel diversifikasi produk pada tingkat kepercayaan 95% berpengaruh positif. Artinya bahwa jika variabel diversifikasi produk dinaikan maka akan meningkatkan minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Oleh karena itu jika kelengkapan atau keaneka ragaman fasilitas dan produk yang ada di obyek wisata ditingkatkan (ditambah) maka akan meningkatkan minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal. Nilai koefisien variabel penilaian diversifikasi produk (X_4) sebesar 0.240 mempunyai arti bahwa setiap perubahan variabel penilaian diversifikasi produk sebesar satu satuan dengan asumsi nilai penilaian tentang pelayanan (X_1), harga (X_2) dan promosi (X_3) tetap akan diimbangi dengan perubahan variabel minat membeli jasa obyek wisata sebesar 0,240. Karena nilai koefisien variabel X_4 positif maka setiap

kenaikan atau penurunan nilai variabel diversifikasi produk sebesar satu satuan akan diimbangi dengan kenaikan atau penurunan variabel minat membeli jasa obyek wisata sebesar 0,240.

Selanjutnya untuk melihat adanya pengaruh penilaian pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa pariwisata di Kabupaten Tegal digunakan uji F dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- Menentukan hipotesisi:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang berarti antara penilaian pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk secara bersama-sama terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

H_1 : Ada pengaruh yang berarti antara penilaian pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal.

- Standart pengujian:

H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

- Taraf nyata yang di pergunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) numeratormya = $(5-1) = 4$ dan df denumeratormya = $(100-5) = 95$ sehingga didapatkan nilai F tabel sebesar 2,4675.

- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver 10.0 didapatkan hasil F hitung adalah 767,694 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi yang

diajukan dapat dipakai untuk memprediksi penelitian ini (lihat Lampiran printout SPSS)

- Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa penilaian pelayanan, harga, promosi dan diversifikasi produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal.

Prosentase perubahan keputusan membeli jasa obyek pariwisata di Kabupaten Tegal yang disebabkan oleh 4 faktor (variabel) tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,970, hal ini menunjukkan bahwa 97% perubahan minat membeli jasa obyek pariwisata di Kabupaten Tegal disebabkan oleh faktor-faktor pelayanan, harga, promosi dan diservikasi produk secara bersama-sama. Sedangkan sisanya sebesar 3% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

5.2.2. Pengaruh Penilaian Pelayanan terhadap Minat Membeli Jasa Pariwisata di Kabupaten Tegal

Untuk mengetahui adanya pengaruh penilaian pelayanan terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal digunakan uji t, dengan kriteria pengujian:

- Menentukan Hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara penilaian pelayanan terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

H_1 : Ada pengaruh antara penilaian pelayanan terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

- Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $(n - k - 1) = (100 - 4 - 1) = 95$ sehingga didapatkan nilai t tabel sebesar 1,9852
- Standar pengujiannya:
 - Ho diterima dan H1 ditolak apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$
 - Ho ditolak dan H1 diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$
- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS ver 10.0 didapat hasil t hitung adalah 43,146 (lihat lampiran printout SPSS).
- Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka Ho ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa penilaian pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal, dengan asumsi penilaian tentang harga, promosi dan diversifikasi produk dianggap tetap.

Berdasarkan hasil penelitian, pengunjung obyek wisata menilai kualitas pelayanan yang diberikan antara lain penampilan dan sikap petugas, keramahan dan kesopanan, kecekatan dan ketrampilan dalam melayani, sebagian besar responden (47%) berpendapat penampilan dan sikap petugas baik. Sedangkan yang berpendapat cukup baik adalah 41% sisanya 12% berpendapat kurang baik.

Dengan melihat prosentase pendapat pengunjung obyek wisata mengenai penilaian pelayanan yang diberikan, bagian terbesar pengunjung obyek wisata memberikan skor jawaban yang tinggi dari setiap pertanyaan yang diajukan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan pelayanan yang baik maka pengunjung obyek wisata memutuskan untuk membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal.

5.2.3. Pengaruh Penilaian Harga terhadap Minat Membeli Obyek Wisata di Kabupaten Tegal

Untuk menguji adanya pengaruh penilaian harga terhadap minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal digunakan uji t, dengan kriteria pengujian:

- Menentukan Hipotesis:

Ho : Tidak ada pengaruh antara penilaian harga terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

H1 : Ada pengaruh antara penilaian harga dengan minat membeli obyek wisata di Kabupaten Tegal

- Taraf nyata yang dipergunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan n (df) $= (n-k-1) = (100-4-1) = 95$ sehingga didapat nilai t tabel sebesar 1,9852

- Standar pengujian:

Ho diterima dan H1 ditolak apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ho diterima dan H1 diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

- Setelah dilakukan dengan program SPSS Ver. 10.0 didapat nilai t hitung adalah 12,666 (lihat Lampiran Printout SPSS)

- Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka Ho ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa penilaian tentang harga mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal dengan asumsi variabel penilaian tentang pelayanan, promosi dan diservikasi produk dianggap tetap.

5.2.4. Pengaruh Penilaian Promosi terhadap Minat Membeli Obyek Wisata di Kabupaten Tegal

Untuk mengetahui adanya pengaruh penilaian promosi terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal, digunakan uji t dengan kriteria sebagai berikut:

- Menentukan hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara penilaian promosi dengan minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

H_1 : Ada pengaruh yang berarti antara penilaian promosi dengan minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

- Taraf nyata yang dipergunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $(n - k - 1) = (100 - 4 - 1) = 95$ sehingga didapat nilai t tabel sebesar 1,9852

- Standart Pengujiannya:

H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver. 10.0 didapatkan hasil t hitung adalah 9,202 (lihat Lampiran printout SPSS)

- Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa penilaian promosi mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat beli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal, dengan asumsi penilaian pelayanan, harga dan diversifikasi produk adalah tetap.

Berdasarkan hasil survai, sebagian besar responden (59%) mengetahui pemberitaan tentang obyek wisata di Kabupaten Tegal melalui

pembicaraan dari orang ke orang (gethok tular), melalui pemberitaan di surat kabar 5%, pemberitaan di radio 14%, papan reklame 18% dan melalui brosur 4%.

5.2.5. Pengaruh Penilaian Diversifikasi Produk terhadap Minat Membeli Obyek Wisata di Kabupaten Tegal

Untuk mengetahui adanya pengaruh penilaian diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa pariwisata di Kabupaten Tegal, digunakan uji t dengan kriteria sebagai berikut:

- Menentukan hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara penilaian diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

H_1 : Ada pengaruh antara penilaian diversifikasi produk terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal

- Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $(n - k - 1) = (100 - 4 - 1) = 95$ sehingga didapat nilai t tabel sebesar 1,9852

- Standart pengujiannya:

H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver 10.0 didapatkan hasil t hitung adalah 17,435 (lihat Lampiran printout SPSS)

- Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa penilaian diversifikasi produk mempunyai pengaruh terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal, dengan asumsi penilaian pelayanan, harga dan promosi dianggap tetap.

5.2.6. Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik

Hasil analisis regresi yang telah dihasilkan, perlu diuji atau dideteksi kemungkinan adanya indikator penyimpangan asumsi klasik yaitu:

1. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi ada tidaknya ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi, dapat dilakukan dengan berbagai cara. Dalam penelitian ini cara mendeteksinya digunakan uji Durbin Watson (DW- test). Dalam uji DW – test mempunyai 5 daerah kemungkinan yaitu:

- a. Ada autokorelasi positif bila nilai $DW < \text{nilai } dL$ (batas dalam)
- b. Tidak dapat disimpulkan bila nilai DW terletak antara dL dan dU (batas luar)
- c. Tidak ada autokorelasi bila nilai DW terletak antara dU dan $4-dU$
- d. Tidak dapat disimpulkan bila nilai DW terletak antara $4-dU$ dan $4-dL$
- e. Ada autokorelasi positif bila nilai $DW > 4-dL$

Dari hasil analisis data pada lampiran untuk mendeteksi model regresi, diperoleh nilai $DW = 1,867$. Kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai DW pada taraf kepercayaan $\alpha = 5\%$, dengan rincian perhitungan adalah:

$N = 100, k = 4$, maka diperoleh:

$$dL = 1,592 \quad 4 - dL = 2,408$$

$$dU = 1,738 \quad 4 - dU = 2,26$$

Autokorelasi Positif	Uji	Tidak ada autokorelasi	Uji	Autokorelasi negatif
dL	dU	4-dU	4-dL	
1,592	1,738	2,262	2,408	

Dengan demikian nilai DW – test terletak antara dU dan 4 – dU, artinya tidak ada autokorelasi. Maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut memenuhi syarat asumsi klasik untuk regresi.

2. Uji Multikolinieritas

Salah satu bentuk pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik adalah uji multikolinieritas. Multikolinieritas menunjukkan hubungan eksak antar variabel penjelas. Ternyata model pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas (lihat lampiran printout SPSS), yang ditunjukkan dengan nilai korelasi antar variabel penjelas lebih kecil dari 0,8.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas menunjukkan situasi tidak konstannya varians. Adanya heterokedastisitas menyebabkan estimator tidak menjadi efisien, walaupun tetap tidak bias dan konsisten. Dari hasil analisis dengan menggunakan scatterplots (terlampir), menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini ditunjukkan dengan menyebarnya titik-titik secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu.

5.3. Analisa Location Quotient (LQ)

Analisa Location Quotient (LO) dalam penelitian ini, dimaksudkan untuk menentukan/menggolongkan sub sektor mana dalam sektor pariwisata yang merupakan sub sektor basis. Untuk membuat analisa LQ ini, data yang dibutuhkan adalah pendapatan dari pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa dan retribusi tempat rekreasi dan olah raga Kabupaten Tegal dan Jawa Tengah sebagai pembandingnya. Setelah dilakukan perhitungan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.9
Hasil Perhitungan Analisa Location Quotient

Location Quotient	1996/ 1997	1997/ 1998	1998/ 1999	1999/ 2000	2000	2001
Pajak Hotel dan Restoran	0,05	0,055	0,008	0,023	0,006	0,007
Pajak Hiburan	0	0,00002	0,010	0,001	0,0003	0,0003
Ret.Tempat Penginapan / Pesanggrahan/Villa	0	0	0	0	0	0
Ret. Tempat Rekreasi dan Olah Raga	4,25	4,449	4,720	3,904	4,449	4,502

Dari tabel 5.9, dapat dilihat bahwa nilai LQ untuk Pajak Hotel dan Restoran, Pajak Hiburan dan Retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa nilainya lebih kecil dari 1 atau bukan merupakan sektor basis. Sedangkan LQ untuk Retribusi tempat rekreasi dan olah raga, dari tahun anggaran 1996/1997 hingga tahun 2001 nilainya >1 yaitu berturut-turut 4,25, 4,449, 4,720, 3,904, 4,449, 4,52. Dengan demikian Retribusi tempat rekreasi dan olah raga merupakan

sektor basis, artinya bahwa retribusi tempat rekreasi dan olah raga merupakan sektor yang mempunyai keunggulan komparatif bagi Kabupaten Tegal di kawasan Jawa Tengah.

5.4. Implementasi Kebijakan

Dari hasil analisis data maupun pengamatan kondisi perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Tegal, maka dapat diimplementasikan kebijakan sebagai berikut:

- a. Perlu ditingkatkan promosi (pemberitaan) terpadu melalui penyediaan sarana informasi obyek wisata dan daya tarik wisata yang memadai, berupa pembuatan brosur yang menarik, iklan di media cetak dan elektronik serta mengadakan pameran wisata dan pengembangan kebijakan kemitraan.
- b. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Kabupaten Tegal, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Tegal perlu membuat strategi yaitu menciptakan rasa aman dan nyaman serta menjadikan Kabupaten Tegal sebagai kota yang mempunyai kenangan oleh wisatawan.
- c. Untuk meningkatkan kinerja sumber-sumber pendapatan sektor pariwisata yaitu pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, retribusi penginapan/pesanggrahan/ villa dan retribusi tempat rekreasi dan olah raga Pemerintah Kabupaten Tegal perlu melakukan intensifikasi berupa peningkatan SDM bidang administrasi.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diutarakan di muka, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kepariwisata di Kabupaten Tegal ternyata masih dihadapkan pada beberapa permasalahan. Permasalahan yang ada ini dapat menghambat pengembangan pariwisata. Dari hasil penelitian, permasalahan pariwisata yang dominan di Kabupaten Tegal adalah masih sangat terbatasnya sumber daya manusia yang berkualifikasi pariwisata dan masih rendahnya (kurang) promosi yang dilakukan oleh pemerintah sehingga pemahaman masyarakat tentang pariwisata di Kabupaten Tegal masih rendah. Permasalahan penting lainnya adalah kurangnya kerjasama antara pihak swasta dengan Pemerintah Daerah, hal ini ditunjukkan dengan Peraturan Daerah tentang pariwisata yang kurang lengkap sehingga hal ini akan menyulitkan pihak swasta
- b. Minat membeli atau mengunjungi obyek wisata di Kabupaten Tegal, 97% dipengaruhi oleh faktor penilaian pelayanan, harga (tarif) obyek wisata, promosi dan diversifikasi (keanekaragaman) produk. Selebihnya sebesar 3% karena pengaruh faktor lain di luar penelitian ini.
 - Faktor penilaian pelayanan yang diberikan terhadap pengunjung obyek wisata yang ditunjukkan dengan besarnya nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel, yang berarti bahwa faktor tersebut mempunyai pengaruh

yang positif terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan pelayanan yang baik.

- Faktor penilaian harga (tarif) masuk obyek wisata di Kabupaten Tegal yang ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang berarti bahwa faktor tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan harga (tarif) yang dapat terjangkau.
- Faktor penilaian promosi (pemberitaan) tentang obyek wisata di Kabupaten Tegal yang ditunjukkan dengan besarnya nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yang berarti bahwa faktor tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan promosi (pemberitaan) tentang obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal.
- Faktor penilaian diversifikasi (keanekaragaman) produk pada obyek wisata di Kabupaten Tegal yang ditunjukkan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yang berarti bahwa faktor tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat membeli jasa obyek wisata di Kabupaten Tegal. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan tentang kelengkapan fasilitas yang ada di obyek wisata.

c. Retribusi tempat rekreasi dan olah raga di Kabupaten Tegal nilai LQ lebih besar dari 1, dimana selama tahun 1996/1997-2001 berturut-turut sebesar 4,25, 4,449, 4,720, 3,904, 4,449, 4,504. Hal ini dapat disimpulkan bahwa retribusi tempat rekreasi dan olah raga memiliki keunggulan komparatif bagi Kabupaten Tegal. Dengan kata lain bahwa retribusi tempat rekreasi dan olah raga dapat menjadi sektor andalan dan dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian di Kabupaten Tegal, karena kemampuan sektor ini dalam memberikan kontribusinya terhadap PAD Kabupaten Tegal lebih besar dibandingkan dengan kemampuan sektor yang sama di tingkat Propinsi Jawa Tengah.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

- a. Untuk lebih mengembangkan kepariwisataan di Kabupaten Tegal maka pemerintah Kabupaten Tegal lebih meningkatkan promosi secara terpadu sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya dan perlunya membuka jalur transportasi umum untuk menuju obyek wisata yang ada di Kabupaten Tegal.
- d. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke obyek wisata di Kabupaten Tegal kiranya meningkatkan mutu pelayanan terhadap pengunjung obyek wisata, karena dari hasil penelitian ternyata faktor pelayanan paling besar pengaruhnya terhadap jumlah kunjungan wisata ke obyek wisata di Kabupaten Tegal.

- c. Untuk lebih meningkatkan pendapatan di sektor pariwisata dalam rangka meningkatkan PAD, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Tegal diharapkan dapat lebih meningkatkan pendapatan dari retribusi tempat rekreasi dan olah raga . Karena ternyata sektor tersebut mempunyai keunggulan komparatif bagi Kabupaten Tegal di Kawasan Jawa Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Jamli dan Astuti Rahayu. 1997. Analisis Pajak Pembangunan I Perhotelan sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus: Kotadaya Yogyakarta).
- Benny Adi Nugroho. 2000. *Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan di Hotel Surya Indah Salatiga* (tidak dipublikasikan). Thesis pada Program Studi Magister Manajemen, UNDIP, Semarang.
- Brady, Mickael K dan J Josept Cronin Jr. 2001. Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach *Journal of Marketing*, Vol65 (July, 2001), p. 34-49.
- Danang Parikersit dan Wiwied Trisnadi. 1997. Kebijakan Kepariwisata Indonesia Dalam Pengembangan Jangka Panjang. *Kelola*, No.16/VI/1997.UGM. Yogyakarta.
- Ellia Radianto. 1997. Otonomi Keuangan Daerah Tingkat II, Suatu Studi di Maluku. *Prisma*, Gramedia, Jakarta.
- Luluk Fladiyanti. 2001. *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli daerah pada Kabupaten Lombok Barat di Nusa Tenggara Barat* (tidak dipublikasikan) Thesis pada Program Pasca Sarjan UGM, Yogyakarta.
- Heru Nugroho. 1997. Kebijakan Kepariwisata Indonesia dalam Pengembangan Jangka Panjang. *Kelola*, No. 16/VI/1997. UGM, Yogyakarta.
- I Gede Wiyasa. 1997. Hotel Ramah Lingkungan Alternatif Hotel Masa Depan. *Kelola.*, No. 16/VI/1997. UGM, Yogyakarta.
- Kantor Pariwisata Kabupaten Tegal 2000. Statistik Arus Wisata Kabupaten Tegal tahun 1996/1997-2001
- Kodyat. 1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangan di Indonesia*, Gramedia Widiasarana, Jakarta.
- Lunberg, Donal E et al. 1997. *Ekonomi Pariwisata* (alih bahasa: Sofyan Yusuf), PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Lincoln Arsyad. 1999. *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.

- Marzuki, 1996. *Metodologi Riset*. Bagian Penerbit FE – UII, Yogyakarta.
- Murjani. 1997. *Perkembangan Industri Pariwisata Terhadap Perluasan Kesempatan Kerja serta Pendapatan Asli Daerah di Popinsi Kalimantan Timur* (tidak dipublikasikan). Thesis pada Program Pasca Srajana UGM, Yogyakarta.
- Made Antara. 2000. Dampak pengeluaran Pemerintah dan Wisatawan Serta Investasi Terhadap Kinerja Perekonomian Bali: Pendekatan Sosial Accounting Matrik. *Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, Vol. XLVIII, No. 3 tahun 2000 (hal.253-273).
- M.J. Prayogo. 1997. *Pengantar Pariwisata Indonesia*. Dirjen Pariwisata, Jakarta.
- Oka A Yoeti. 1993. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Angkasa, Bandung.
- Oka A Yoeti. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradya Paramita, Jakarta.
- Parasuraman, A, Valarie A Zeithml dan Leonard L Berry. 1988. Serqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, vol. 64, number, Spring 1988. p 12-40.
- Pemerintah Kabupaten Tegal. 2000. Program Kerja Pertiwi (Pertanian, Industri dan Pariwisata) Kabupaten Tegal tahun 2000-2004.
- Rudi Badrudin. 2001. Menggali Sumber Pendapatan Daerah (PAD) Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Pengembangan Industri Pariwisata . *Kompak*, No. 3, September (hal 384 – 403), STIE YKPN, Yogyakarta.
- Soekarjo. 1996. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata sebagai "Systematic Linkage"*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sofyan Yusuf. 1991. *Prospek Pariwisata Indonesia dalam Dekade 1990-an*. Media Informasi Parpostel, Jakarta.
- Spillance, James. 1993. *Ekonomi Pariwisata (Sejarah dan Prospeknya)*. Kanisius, Yogyakarta.
- Yazid. 1997. Sevis yang berkualitas. *Jurnal Siasat Bisnis*, th. I, Vol. 4 Mei 1997
- Zeithml, Valarie A, A Parasuraman dan Leonard L Berry. 1988. Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, vol 52 (April 1988), p.35-48.

Zulganef. 2001. Berapakah Dimensi Serqual di Indonesia. *Usahawan* no.08. th. XXX, Agustus 2001.