

**ANALISIS PERMINTAAN
OBJEK WISATA TIRTA WADUK CACABAN,
KABUPATEN TEGAL**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

**DIANA IGUNAWATI
NIM. C2B005164**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Diana Igunawati
Nomor Induk Mahasiswa : C2B005164
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN OBJEK
WISATA TIRTA WADUK CACABAN,
KABUPATEN TEGAL**

Dosen Pembimbing : Banatul Hayati, S.E., M.Si.

Semarang, 11 Mei 2010

Dosen Pembimbing,

Banutul Hayati, S.E., M.Si.

NIP 196803161998022001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Diana Igunawati

Nomor Induk Mahasiswa : C2B005164

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP

Judul Skripsi : Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk
Cacaban, Kabupaten Tegal

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 11 Mei 2010

Tim Penguji :

1. Banatul Hayati, S.E., M.Si. (.....)
2. Drs. R. Mulyo Hendarto, M.Sp. (.....)
3. Evi Yulia Purwanti, S.E., M.Si. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Diana Igunawati, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 11 Mei 2010

Yang membuat pernyataan,

(Diana Igunawati)
NIM : C2B005164

ABSTRAK

Objek wisata Tirta Waduk Cacaban dipilih karena objek wisata tersebut merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Tegal, yang memiliki jumlah pengunjung yang paling rendah bila dibandingkan dengan objek wisata Guci dan Pur'in akan tetapi mempunyai nilai ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata laian (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal, untuk menganalisis seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan OLS dan Surplus Value untuk menghitung nilai total ekonomi objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.

Hasil penelitian menunjukkan tiga variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Tirta Waduk Cacaban yaitu biaya perjalanan menuju ke Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp 154.271,25 per tahun atau Rp 77.135,63 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar Rp 2.859.263.348 per tahun (nilai surplus konsumen per individu per tahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2007). Kemampuan membayar pengunjung atas objek wisata Tirta Waduk Cacaban adalah Rp 77.135,63 per individu per satu kali kunjungan masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata yaitu Rp 35.358,97. Untuk itu, pengembangan objek wisata Tirta Waduk Cacaban perlu ditingkatkan lagi selain dalam pengelolaan juga dalam pengoptimalan potensi yang dimiliki.

Kata kunci: Permintaan Pariwisata, Metode Biaya Perjalanan Individu, Surplus Konsumen, Nilai Total Ekonomi, Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugerahNya kepada kita semua. Rasa Syukur penulis panjatkan kehadiratNya karena sampai saat ini masih diberikan kesempatan utu terus belajar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban dengan Menggunakan Metode *Travel Cost*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang. Ucapan terima kasih yang mendalam dan setulusnya tak lupa penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. M. Chabachib, M.Si., Akt. selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Achma Hendra Setiawan, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali atas bimbingan dan pengarahannya.
3. Ibu Banatul Hayati, S.E, M.si. selaku dosen pembimbing yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. R. Mulyo Hendarto, M.Sp.
5. Ibu Evi Yulia Purwanti, S.E., M.Si.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan dan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

7. Dinas Pariwisata Kabupaten Tegal yang selama ini telah membantu dalam mencari ketersediaan data.
8. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis untuk terus belajar.
9. Sdr. Ajie yang telah banyak membantu perjuangan penulis.
10. Iin, Lyana, Fifi, dan Dinna yang telah menjadi sahabat terbaik bagi penulis..
11. Semua mahasiswa IESP 2005 atas semua dukungan dan persahabatannya.
12. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan menjadi bekal berharga bagi penulis. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat dikembangkan lagi di masa yang akan datang sehingga dapat memberikan manfaat yang sebenarnya bagi masyarakat.

Semarang, 11 Mei 2010
Penulis,

Diana Igunawati

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Tegal Tahun 2005-2007.....	5
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban Tahun 2005-2007.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 4.1 Identitas Responden Menurut Kelompok.....	64
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.3 Identitas Responden Menurut Status Marital.....	66
Tabel 4.4 Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	67
Tabel 4.5 Identitas Responden Menurut Penghasilan (uang saku) per Bulan...	67
Tabel 4.6 Lama Perjalanan Pengunjung Menuju Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	68
Tabel 4.7 Tujuan Datang ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	69
Tabel 4.8 Kelompok Kunjungan Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	70
Tabel 4.9 Transportasi yang Digunakan Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	70
Tabel 4.10 Lama Kunjungan / Rekreasi Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	71
Tabel 4.11 Ketertarikan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	72
Tabel 4.12 Tingkat Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	73
Tabel 4.13 Jumlah Kunjungan ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	73
Tabel 4.14 Biaya Perjalanan Responden Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	74
Tabel 4.15 Biaya yang dikeluarkan Responden ke Objek Wisata Lain (Guci)...	75
Tabel 4.16 Identitas Responden Menurut Jarak.....	75
Tabel 4.17 Waktu Kerja per Bulan.....	76
Tabel 4.18 Pengalaman Berkunjung Sebelumnya ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	76
Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4.20 Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser.....	80
Tabel 4.21 Pengujian Normalitas Residual dengan Uji Kolmogorof-Smirnov...	82
Tabel 4.22 Pengujian Autokorelasi dengan Run Test.....	82
Tabel 4.23 Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata di Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Penurunan Harga Pada Konsumsi Pariwisata.....	21
Gambar 2.2 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya.....	23
Gambar 2.3 Tempat Tujuan Wisata Komplementer.....	25
Gambar 2.4 Tempat Tujuan Wisata Substitusi.....	26
Gambar 2.5 Pengaruh Kenaikan Pendapatan Terhadap Konsumsi Pariwisata...	27
Gambar 2.6 Kombinasi Konsumsi dan waktu senggang.....	29
Gambar 2.7 Konsumsi Pariwisata.....	34
Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	78
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	81
Gambar 4.3 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	84
Gambar 4.4 Uji Hipotesis Variabel Biaya Perjalanan (Travel Cost) ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban Terhadap Variabel Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	86
Gambar 4.5 Uji Hipotesis Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Guci) Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	88
Gambar 4.6 Uji Hipotesis Penghasilan (Uang Saku) Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	89
Gambar 4.7 Uji Hipotesis Jarak Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	90
Gambar 4.8 Uji Hipotesis Waktu Kerja Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	91
Gambar 4.9 Uji Hipotesis Umur Pengunjung Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	92
Gambar 4.10 Uji Hipotesis Pengalaman Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	93
Gambar 4.11 Surplus Konsumen Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner..... 108
Lampiran B	Data Mentah..... 114
Lampiran C	Hasil Analisis Regresi..... 117
Lampiran D	Uji Glejser..... 121
Lampiran E	Uji Kolmogorov-Smirnov..... 122
Lampiran F	Runs Test..... 123
Lampiran G	Hasil Regresi Untuk Memperoleh Fungsi Permintaan Perhitungan Surplus..... 124
Lampiran H	Perhitungan Surplus Konsumen..... 126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan modal dasar dalam pembangunan. Dengan keberagaman kekayaan sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia, seperti potensi alam, flora, fauna, keindahan alam serta bentuknya yang berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan, dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari daya tarik ini mendorong pemerintah untuk mendirikan industri pariwisata..

Permintaan suatu produk pada teori ekonomi mikro bergantung pada harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, selera, dan sebagainya. (Pindyck dan Rubinfeld, 2003) Hal ini pun terjadi pada permintaan untuk pariwisata.

Seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat menyebabkan meningkatnya konsumsi barang dan jasa. Salah satunya adalah jasa perjalanan wisata yang ditawarkan oleh industri-industri pariwisata dewasa ini.

Perjalanan wisata merupakan kegiatan meninggalkan tempat tinggal untuk berlibur mencari udara segar yang baru untuk memenuhi rasa ingin tahu, ketenangan saraf, maupun menikmati keindahan alam. Berpariwisata merupakan

suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggal (Swantoro, 1997 :3 dalam Sahlan, 2008).

Menurut Swantoro, 1997 : 3 (dalam Sahlan, 2008) dorongan orang untuk melakukan perjalanan timbul karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain atau hanya sekedar ingin tahu, menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Selain itu munculnya berbagai kepentingan masyarakat dari waktu ke waktu seiring dengan meningkatnya pendapatan, arus modernisasi dan teknologi.

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

Tempat rekreasi tidak memiliki nilai pasar yang pasti, maka penilaian tempat rekreasi dilakukan dengan pendekatan biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas

lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Yakkin,1997 dalam Sahlan, 2008).

Menurut Hufschmidt et al, (1987 : 307) konsep teori pendekatan biaya perjalanan menilai manfaat yang diperoleh konsumen dalam memanfaatkan barang lingkungan walaupun tempat rekreasi tidak memungut bayaran masuk atau tarif pemanfaatan. Konsumen datang dari berbagai daerah untuk menghabiskan waktu di tempat rekreasi tentu akan mengeluarkan biaya perjalanan ke tempat rekreasi tersebut. Disini pendekatan biaya perjalanan mulai berfungsi. Karena makin jauh tempat tinggal seseorang yang datang memanfaatkan fasilitas tempat rekreasi maka makin kurang harapan pemanfaatan atau permintaan tempat rekreasi tersebut.

Secara prinsip metode biaya perjalanan ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Misalnya, untuk menyalurkan hobi memancing di pantai, seorang konsumen akan mengorbankan biaya untuk mendatangi tempat tersebut. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen ini, dapat dikaji berapa nilai (*value*) yang diberikan konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan. Asumsi mendasar yang digunakan pada pendekatan *Travel Cost Method* adalah bahwa utilitas dari setiap konsumen terhadap aktivitas, misalnya rekreasi, bersifat dapat dipisahkan (*separable*). Oleh karena itu, fungsi permintaan kegiatan rekreasi tersebut tidak dipengaruhi oleh permintaan kegiatan lainnya seperti menonton, berbelanja, dan lain-lain. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan untuk mencapai

tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi.

Kabupaten Tegal merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Tengah dengan ibu kota Slawi. Terletak antara $108^{\circ}57'6''$ s/d $109^{\circ}21'30''$ Bujur Timur dan $6^{\circ}50'41''$ s/d $7^{\circ}15'30''$ Lintang Selatan. Dengan keberadaan sebagai salah satu daerah yang melingkupi wilayah pesisir utara bagian barat Jawa Tengah, Kabupaten Tegal menempati posisi yang strategis di persilangan arus transportasi Semarang – Cirebon - Jakarta dan Jakarta – Tegal - Cilacap dengan fasilitas pelabuhan di Kota Tegal. Kabupaten Tegal memiliki sumber-sumber yang potensial yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan penduduknya. Salah satu sumber potensial tersebut adalah sektor pariwisata. Beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Tegal ialah objek wisata alam seperti Pemandian Air Panas Guci, Pantai Purwahamba Indah dan Wisata Tirta Waduk Cacaban, Objek wisata peninggalan sejarah seperti Museum Sekolah Slawi. Dari beberapa objek wisata tersebut Wisata Tirta Waduk Cacaban yang terletak sekitar ± 10 Km ke arah timur dari pusat pemerintahan Kabupaten Tegal (Slawi) kurang diminati oleh pengunjung bila dibandingkan dengan wisata andalan Kabupaten Tegal yaitu Guci dan Purwahamba Indah.

Waduk Cacaban mempunyai keunikan dan keistimewaan. Waduk Cacaban adalah waduk pertama yang dibangun setelah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia, memiliki luas permukaan 982,07 hektar dengan kapasitas tampung 90 juta meter kubik. Lingkungannya merupakan kesatuan ekosistem aquatik, kawasan hutan suaka alam dan suaka marga satwa dengan panorama yang indah.

Objek wisata ini telah dilengkapi dengan berbagai sarana dan prasarana seperti perahu motor, sampan, tambatan kapal, gardu pandang, arena memancing, pos informasi, mushola, toilet, dan tempat parkir yang luas. Di kawasan ini juga terdapat mainan anak-anak dan hutan wisata serta tersedia makanan dan minuman yang di jual di warung-warung yang ada.

Keunikan dan keistimewaan lain yang dimiliki waduk Cacaban yaitu adanya pulau di tengah – tengah waduk. Panorama alam di sekitar waduk yang indah dikelilingi alam pegunungan yang kehijauan. Di kawasan ini terdapat puncak bukit Lebaran yang dapat didaki oleh setiap pengunjung. Di objek ini juga selalu disuguhkan pementasan musik dangdut, musik khas Melayu dengan penampilan artis-artis lokal.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Kabupaten Tegal
Tahun 2005 -2007

No.	Tahun	Objek Wisata					
		OW. Guci	Perubahan jumlah (%)	OW. Pur'in	Perubahan Jumlah (%)	OW. Cacaban	Perubahan Jumlah (%)
1.	2005	209.278	-	177.375	-	16.446	-
2.	2006	233.652	11,65	166.820	-5,95	18.738	13,94
3.	2007	238.474	2,06	245.780	47,33	18.534	-1,09
	Jumlah	681.404	-	589.975	-	53.718	-

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kabupaten Tegal

Berdasarkan data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa perubahan jumlah pengunjung pada objek wisata di Kabupaten Tegal dalam kurun waktu 2005 – 2007 cukup fluktuatif. Diantara ketiga objek wisata dalam tabel 1.1, angka kunjungan terbesar adalah pada objek wisata Guci dengan total kunjungan dari tahun 2005 – 2007 adalah sebesar 681.404 pengunjung, objek wisata Pur'in

sebesar 589.975 pengunjung. Sedangkan angka kunjungan pada objek wisata Waduk Cacaban adalah terendah yaitu hanya sebesar 53.718 pengunjung.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Waduk Cacaban
Tahun 2005 – 2007

No.	Tahun	Wisatawan Nusantara		Jumlah (orang)	Perubahan Jumlah (%)
		Dewasa	Anak		
1.	2005	11.767	4.679	16.446	-
2.	2006	13.122	5.614	18.736	13,94
3.	2007	12.770	5.764	18.534	-1,09
	Jumlah	37.659	16.057	53.716	-

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kabupaten Tegal

Berdasarkan data pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan dari tahun ke tahun cukup fluktuatif. Tahun 2005 jumlah pengunjung sebanyak 16.446 orang yang mengunjungi objek wisata Tirta Waduk cacaban. Di tahun 2006 pengunjung mengalami peningkatan sebesar 13,94 % dengan jumlah pengunjung sebesar 18.736 orang yang mengunjungi objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Sedangkan di tahun 2007 mengalami penurunan sebesar 1,09 % dengan jumlah pengunjung sebanyak 18.534 orang yang mengunjungi objek wisata Tirta Waduk cacaban. Angka kunjungan terbesar yaitu pada tahun 2006 sebesar 18,736 pengunjung.

Jika di lihat dari harga tiket masuk yang dibayar oleh pengunjung pada hari biasa sebesar Rp. 2500 untuk dewasa dan sebesar Rp. 2000 untuk anak-anak sedangkan pada hari libur sebesar Rp 3500 untuk dewasa dan Rp 3000 untuk anak-anak, diduga tidak sebanding dengan biaya pengelolaan dan pengembangan kawasan wisata Tirta Waduk Cacaban tersebut. Oleh sebab itu perlu dihitung nilai obyek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan menghitung biaya perjalanan meliputi

(biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya tiket masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain) untuk dapat menikmati jasa wisata tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal?
2. Seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaan objek wisata Tirta Waduk Cacaban?
3. Berapa nilai ekonomi yang diperoleh Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*)?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
3. Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*).

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi masyarakat mengenai objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
2. Sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya yang serupa
3. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah daerah setempat maupun pihak-pihak yang terkait dalam melakukan kebijakan pengembangan pariwisata.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi dalam lima bab yang tersusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan berisi mengenai latar belakang , rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai teori permintaan, pengertian pariwisata, jenis pariwisata, aspek ekonomi pariwisata, estimasi permintaan pariwisata, valuasi ekonomi, pendekatan biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini dikemukakan mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian, identifikasi dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan uji statistik yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dibahas secara rinci analisis data-data yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan *Travel Cost Method*. Bagian ini akan menjawab permasalahan yang diangkat berdasarkan hasil pengolahan data dan landasan teori yang relevan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup ini dikemukakan kesimpulan penelitian dan saran yang sesuai dengan hasil yang ditemukan dari pembahasan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian diperlukan beberapa landasan teori yang berkaitan dengan permintaan pariwisata dan faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain:

2.1.1. Pengertian Permintaan

Menurut McEarchen (2000) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Sedangkan menurut Nophirin (dalam Irma Afia Salma dan Indah Susilowati, 2004) permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain di asumsikan tetap (Samuelson,1998). Sehingga semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (McEarchen, 2000).

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut (McEarchen, 2000) adalah sebagai berikut :

a. Pendapatan

Kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan terhadap permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

b. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan nonharga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.

c. Harga Barang-barang Berkaitan

Substitusi dan komplementer dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika barang x dan y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang y turun maka harga x tetap, konsumen akan membeli barang x lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang x dan y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan harga barang y akan menurunkan permintaan barang x.

d. Perubahan Dugaan Tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik

10% pertahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).

e. Penduduk

Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang.

2.1.2. Pariwisata dan Permintaan Pariwisata

James J. Spillane (1987 : 20) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan melakukan perjalanan dalam tujuan mencari kepuasan, mencari sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

2.1.2.1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan industri yang sangat kompleks. Hal ini karena dalam industri pariwisata terdapat industri-industri yang lain, seperti industri cendera mata, industri biro perjalanan, dan industri jasa lainnya. Menurut Yoeti (1997), pariwisata sebagai industri tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan erat dengan sektor-sektor ekonomi, sosial dan budaya yang hidup dalam masyarakat.

Sebagai industri yang kompleks, industri pariwisata berbeda dengan industri-industri lain. Menurut Spillane (1987 : 87-88) ada beberapa sifat yang khusus mengenai industri pariwisata yaitu:

- a. Produk wisata tidak dapat dipindahkan. Orang tidak dapat membawa produk wisata pada langganan, tetapi langganan itu sendiri harus mengunjungi, mengalami dan dating untuk menikmati produk wisata itu.
- b. Dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama. Tanpa langganan yang sedang mempergunakan jasa-jasa itu tidak akan terjadi produksi.
- c. Sebagai suatu jasa, maka pariwisata memiliki berbagai ragam bentuk. Oleh karena itu, dalam bidang pariwisata tidak ada standar ukuran yang objektif, sebagaimana produk lain yang nyata misalnya ada panjang, lebar, isi, kapasitas, dan sebagainya seperti pada sebuah mobil.
- d. Langganan tidak dapat mencicipi produk itu sebelumnya bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya. Yang dapat dilihat hanya brosur-brosur, gambar-gambar.
- e. Dari segi usaha, produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko besar. Industri wisata memerlukan penanaman modal yang besar, sedang permintaan sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat atau kesenangan wisatawan dan sebagainya. Perubahan-perubahan tersebut dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal usaha kepariwisataan karena bisa mengakibatkan kemunduran usaha yang deras, sedangkan sifat produksi itu relatif lambat untuk menyesuaikan keadaan pasar.

2.1.2.2. Jenis-jenis Pariwisata

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata, menurut James J. Spillane (1987 : 29-31) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik pelanggan untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, mengendorkan ketegangan syaraf, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan dan sebagainya.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahan.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.

d. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik untuk hanya menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktekkannya sendiri.

e. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*)

Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.

f. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)

Banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan – bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang pariwisata konvensi.

2.1.2.3. Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja (Mathieson dan Wall dalam Indra Mulyana, 2009).

Menurut Cooper (dalam Indra Mulyana, 2009) terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain:

- 1) Permintaan aktual atau efektif
- 2) *Suppresed demand* (permintaan yang ditunda)
- 3) Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, maka permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau diidentifikasi secara jelas.

Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisa, karena belum terealisasi transaksinya.

2.1.2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata menurut Medlik, 1980 (dalam Ariyanto, 2005), antara lain:

a) Harga

Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata maka akan memberikan imbas / timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian / calon wisata, sehingga permintaan wisatapun akan berkurang begitupula sebaliknya.

b) Pendapatan

Apabila pendapatan suatu negara tinggi maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi mereka membuat sebuah usaha pada daerah tujuan wisata (DTW) jika dianggap menguntungkan. Hal ini juga berlaku bagi individu. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

c) Sosial budaya

Dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau dengan kata lain berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah

keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.

d) Sosial politik (sospol)

Dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan daerah tujuan wisata (DTW) dalam situasi aman dan tenteram, tetapi apabila hal tersebut berseberangan dengan kenyataan, maka Sospol akan sangat terasa pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.

e) Intensitas keluarga

Banyak / sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

f) Harga barang substitusi

Harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, dimana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti daerah tujuan wisata (DTW) yang dijadikan cadangan dalam berwisata seperti : Bali sebagai tujuan wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal Bali tidak dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat daerah tujuan wisata (DTW) sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya kedaerah terdekat seperti Malaysia (Kuala Lumpur dan Singapura).

g) Harga barang komplementer

Merupakan sebuah barang yang saling membantu atau dengan kata lain barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi, dimana apabila

dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai obyek wisata yang saling melengkapi dengan Obyek Wisata lainnya.

Dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang menentukan wisatawan untuk membeli atau mengunjungi objek wisata, ada lima faktor yang menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi objek wisata yaitu (Medlik, 1980 dalam Ariyanto, 2005) :

- 1) Lokasi
- 2) Fasilitas
- 3) Citra / *image*
- 4) Harga / tarif
- 5) Pelayanan

Sedangkan menurut Jacson, 1989 (dalam Pitana, 2005) melihat bahwa faktor penting yang menentukan permintaan pariwisata berasal dari komponen daerah asal wisatawan, antara lain :

- 1) Jumlah penduduk (*population size*)
- 2) Kemampuan finansial masyarakat (*financial means*)
- 3) Waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*)
- 4) Sistem transportasi
- 5) Sistem pemasaran pariwisata yang ada.

Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian yaitu perorangan (individu), usaha kecil menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah (Sinclair and Stabler, 1997).

2.1.3. Pendekatan Permintaan Pariwisata

Menurut Medlik, 1980 (dalam Ariyanto 2005), ada tiga pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan permintaan pariwisata, antara lain

1) Pendekatan ekonomi

Pendapat para ekonom mengatakan dimana permintaan pariwisata menggunakan pendekatan elastisitas permintaan / pendapatan dalam menggambarkan hubungan antara permintaan dengan tingkat harga atau permintaan dengan variabel lainnya.

2) Pendekatan geografi

Para ahli geografi berpendapat bahwa untuk menafsirkan permintaan harus berpikir lebih luas dari sekedar penaruh harga, sebagai penentu permintaan karena termasuk yang telah melakukan perjalanan maupun yang karena suatu hal belum mampu melakukan wisata karena suatu alasan tertentu.

3) Pendekatan psikologi

Para ahli psikologi berpikir lebih dalam melihat permintaan pariwisata, termasuk interaksi antara kepribadian calon wisatawan, lingkungan dan dorongan dari dalam jiwanya untuk melakukan kepariwisataan.

2.1.4. Hubungan Konsumsi Pariwisata dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya

Dalam konsumsi pariwisata ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam konsumsi tersebut diantaranya yaitu harga, barang lainnya (selain

titik D dan E, dengan begitu penurunan harga pariwisata menyebabkan kenaikan permintaan dan kepuasan, dimana individu memperoleh OT_2 pariwisata dan OG_2 barang-barang lain dibanding dengan OT_1 dan OG_1 saat harga belum turun.

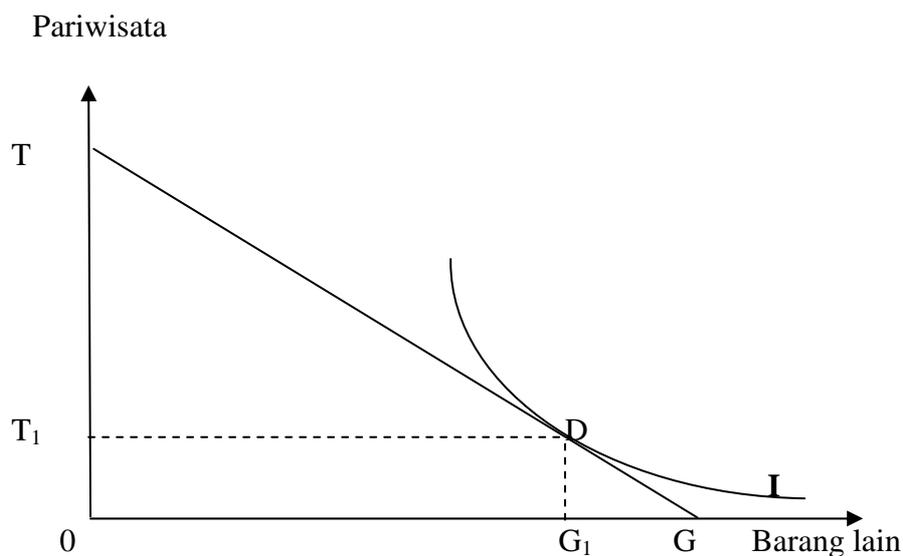
Mula-mula diibaratkan konsumsi wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar OT_1 dan konsumsi barang lain sebesar OG_1 , maka keseimbangan berada pada titik D. Kepuasan maksimum konsumen berada pada titik D dimana kurva indifferen I_1 menyinggung *budget line* TG. Lalu dimisalkan harga wisata Tirta Waduk cacaban mengalami penurunan, maka permintaan terhadap obyek wisata Tirta Waduk Cacaban naik dari OT_1 ke OT_2 dan titik keseimbangan berada pada titik E. Kepuasan maksimum konsumen juga berada pada titik E karena kurva indifferen menyinggung *budget line* T'G. Sehingga *budget line* berputar searah jarum jam dari TG menjadi T'G.

2.1.4.2. Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya

Pada satu titik ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk pariwisata dan pada titik ekstrim lain tidak ada alokasi sama sekali untuk pariwisata dengan kata lain alokasi seluruh anggarannya untuk barang lain (selain pariwisata). Di antara kedua titik ekstrim tersebut, ada sebuah rentang kombinasi antara pariwisata dan barang dan jasa lainnya. Pilihan kombinasi pengalokasian anggaran untuk pariwisata dan pembelanjaan barang lain digambarkan dalam *budget line* (*slope* yang menunjukkan harga relatif barang dan jasa yang digambarkan oleh TG dalam Gambar 2.2.). Titik OT adalah jumlah pariwisata yang akan dinikmati jika seseorang membelanjakan seluruh

anggarnya untuk berwisata dan OG adalah jumlah barang lain yang akan dikonsumsi jika tidak ada pengeluaran untuk pariwisata. Jumlah pariwisata dan barang lain yang dikonsumsi atau dinikmati bergantung pada harga relatif pariwisata dan barang lain sehingga harga pariwisata yang lebih rendah akan membuat lebih banyak konsumsi pariwisata, begitupun sebaliknya (Sinclair dan Stabler, 1997).

Gambar 2.2
Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya



Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997.

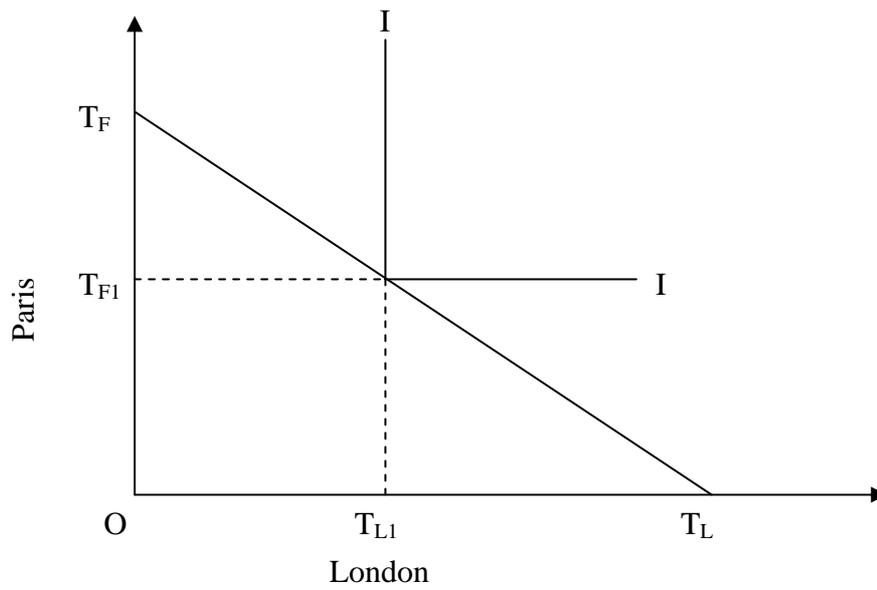
Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang bergantung pada preferensi mereka. Kombinasi alternatif antara pariwisata dan barang lain dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama kepada konsumen, misalnya, konsumsi yang rendah terhadap pariwisata dan konsumsi yang tinggi terhadap barang lain memberikan kepuasan yang sama seperti

konsumsi pariwisata yang tinggi dan konsumsi barang lain yang rendah, seperti diilustrasikan oleh kurva indifferen I pada Gambar 2.2. Seseorang dapat mengalokasikan anggarannya antara untuk pariwisata dan barang lain dengan memilih kombinasi yang memaksimalkan kepuasan. Pada titik D, dimana kurva indifferen bersinggungan dengan *budget line*, menghasilkan konsumsi pariwisata sebesar OT_1 dan konsumsi barang lain sebesar OG_1 . Kepuasan maksimum berada pada Titik D karena pada titik tersebut kurva indifferen I menyinggung *budget line* TG (Sinclair dan Stabler, 1997). Untuk penerapan konsep dalam penelitian ini *budget line* melukiskan besarnya penghasilan rata-rata per bulan yang diperoleh oleh seorang pengunjung, kurva I sebagai kurva indifferen menunjukkan kombinasi antara menikmati objek wisata Tirta Waduk Cacaban Kabupaten Tegal dengan barang lain. Titik optimal kepuasan pengunjung akan suatu objek wisata ditunjukkan oleh titik D dimana garis anggaran (*budget line*) bersinggungan dengan kurva indifferen.

1. Konsumsi Pariwisata dan Barang Komplementer

Secara nyata dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat antara keputusan untuk berwisata dengan harga mahal atau membeli perhiasan pada tingkat harga yang sama. Jika konsumen tersebut lebih berminat terhadap perhiasan, maka konsumen akan mengkombinasikan pembelian perhiasan dengan berkunjung ke tempat wisata yang lebih murah atau bahkan menghabiskan seluruh uangnya untuk membeli perhiasan.

Gambar 2.3
Tempat Tujuan Wisata Komplementer



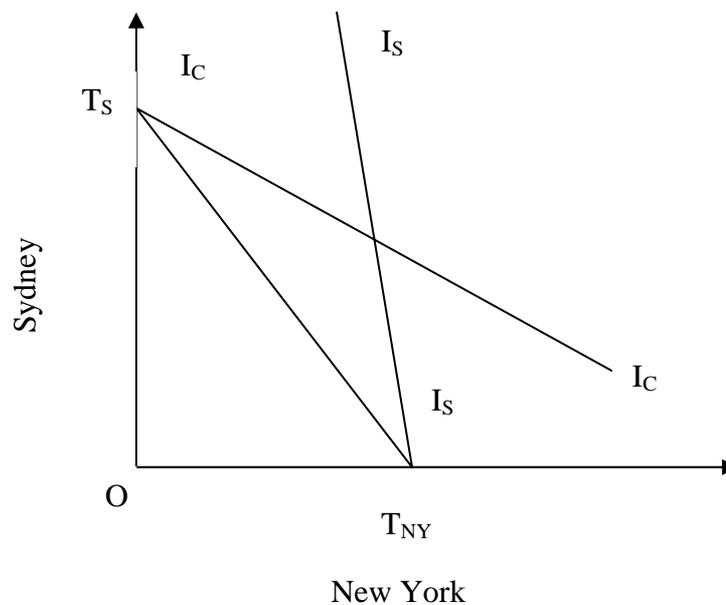
Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

Sebagai contoh, London dan Paris mungkin merupakan wisata yang bersifat komplementer bagi sebagian turis Amerika. Dengan begitu, proporsi pengeluaran untuk masing-masing adalah tetap. Dari garis anggaran $T_F T_L$ memperlihatkan kombinasi berbeda dari pengeluaran untuk wisata dapat dialokasikan untuk dua tujuan wisata. Kurva indiferen berbentuk L memperlihatkan proporsi alokasi yang tetap untuk masing-masing tujuan wisata tersebut.

2. Konsumsi Pariwisata dan Barang Substitusi

Gambar 2.4. mengilustrasikan tempat tujuan wisata yang bersifat substitusi dimisalkan dengan Sidney dan New York. Garis anggaran $T_S T_{NY}$ mengindikasikan harga relatif dari dua tujuan wisata. Kurva indifferen $I_S I_S$ memperlihatkan bahwa individu S menganggap dua tujuan wisata tersebut adalah substitusi, dan memilih New York sebagai tujuan wisata yang lebih disukai. Individu lain C juga menganggap dua tujuan wisata tersebut adalah substitusi tetapi dengan kesukaan yang berbeda, diilustrasikan dengan kurva indifferen $I_C I_C$ dan lebih memilih Sidney daripada New York.

Gambar 2.4
Tempat Tujuan Wisata Substitusi

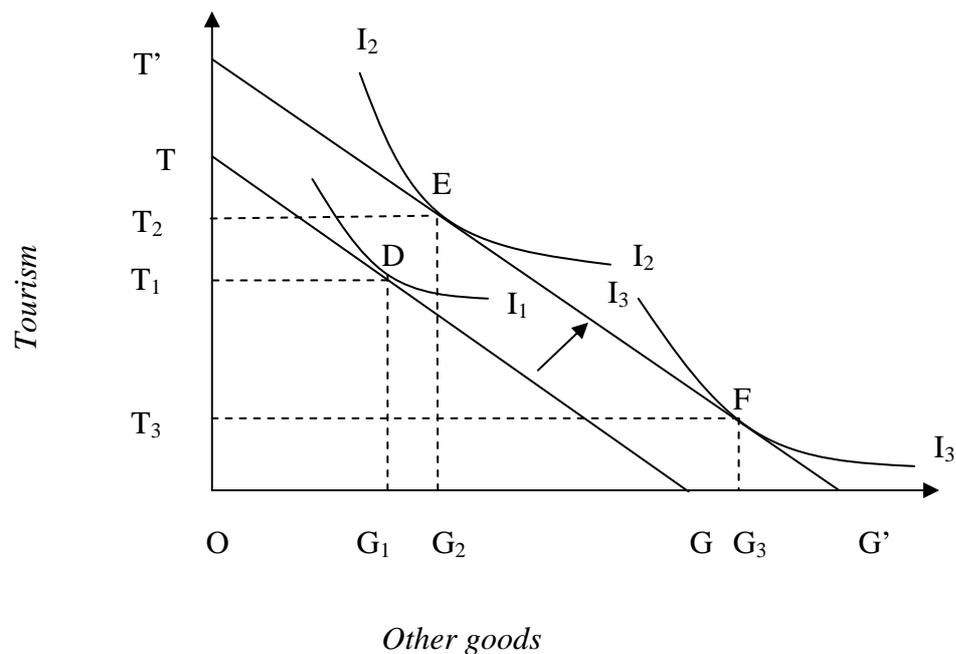


Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

2.1.4.3. Konsumsi Pariwisata dan Pendapatan

Ilmu ekonomi menetapkan bahwa permintaan pariwisata dipengaruhi oleh pendapatan dan harga. Pada kasus kenaikan pendapatan dibanding dengan harga, pengaruhnya terhadap sebagian besar tipe pariwisata dan tujuan wisata akan signifikan. Hal ini berlaku untuk barang normal. Tetapi dapat juga kenaikan pendapatan menyebabkan penurunan permintaan, berlaku untuk barang inferior.

Gambar 2.5
Pengaruh Kenaikan Pendapatan Terhadap Konsumsi Pariwisata



Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

Sumbu vertikal mengukur pariwisata dan sumbu horisontal mengukur barang lain. Garis TG dan T'G' adalah garis anggaran sebelum dan sesudah peningkatan pendapatan dan sejajar karena asumsi harga pariwisata dan barang yang lain relatif konstan. Kurva indifferen menggambarkan pilihan seseorang. Jika

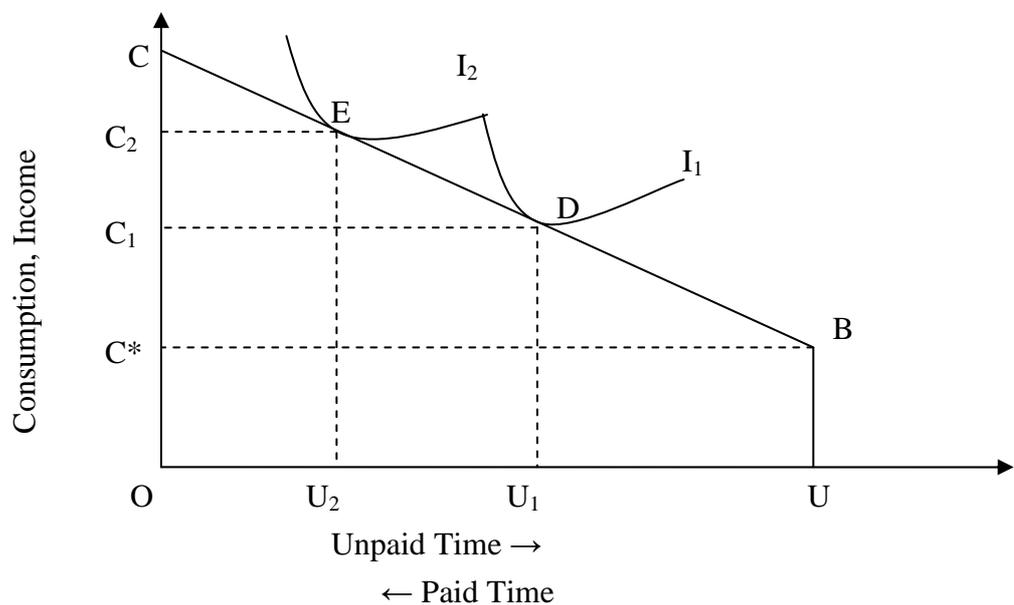
pariwisata adalah barang normal, pilihan digambarkan dengan kurva indifferen I_2I_2 , dengan begitu permintaan naik dari OT_1 ke OT_2 pada E. Jika pariwisata adalah barang inferior, diindikasikan kurva indifferen adalah I_3I_3 , kenaikan pendapatan membuat penurunan pariwisata dari OT_1 ke OT_3 pada F. Jika permintaan berpengaruh positif terhadap pendapatan dan kenaikan permintaan melebihi proporsinya, barang ini dikenal sebagai barang mewah dan jika permintaan naik kurang dari proporsinya, barang ini dikenal sebagai barang primer. Pada konsep elastisitas, permintaan barang mewah, elastis dengan mengikuti perubahan pendapatan, sementara untuk barang kebutuhan adalah inelastis.

2.1.4.4. Konsumsi Pariwisata dan Waktu Senggang

Pilihan individu dan anggaran belanja merupakan determinan dari permintaan pariwisata. Besarnya anggaran tergantung dari jumlah jam yang dihabiskan untuk bekerja yang dibayar setiap periode waktu. Individu cenderung melakukan pertukaran antara kerja yang dibayar dengan waktu menganggur. Beberapa orang lebih memilih tambahan pendapatan yang dihasilkan dari penambahan waktu kerja dibayar, sementara pihak lain memilih tambahan waktu menganggur untuk bersantai, melakukan kegiatan rumah tangga dengan begitu konsekuensinya waktu kerja dibayar menjadi sedikit. Jika mereka memilih untuk menghabiskan waktu kerja dibayar lebih lama dan waktu menganggur lebih sedikit, maka tingkat pendapatan mereka bertambah tetapi waktu senggang akan menjadi hilang. Dengan begitu, ada kecenderungan bahwa pendapatan sering

mengambil waktu menganggur, hal ini merupakan biaya dari alternatif lain yang dikorbankan (*opportunity cost*). Setiap kombinasi dari waktu kerja dibayar dengan waktu menganggur menghasilkan sejumlah pendapatan atau anggaran yang dapat dibelanjakan pada barang dan jasa yang berbeda.

Gambar 2.6
Kombinasi Konsumsi dan Waktu Senggang



Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

Ilmu ekonomi mengasumsikan bahwa individu menginginkan kepuasan maksimum sebisa mungkin dengan memilih kombinasi dari barang konsumsi dan waktu menganggur. Titik D pada Gambar 2.1. merupakan posisi yang mungkin dipilih individu. Titik ini menunjukkan kombinasi optimal dari konsumsi sebesar OC_1 dan waktu menganggur OU_1 . Titik E mungkin juga dipilih individu, di mana posisi optimal adalah konsumsi sebesar OC_2 dan waktu menganggur OU_2 .

2.1.5. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (Market Value) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*).

Valuasi ekonomi penggunaan sumber daya alam hingga saat ini telah berkembang pesat. Di dalam konteks ilmu ekonomi sumber daya dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan sudah cukup banyak berkembang. Menurut Hufschmidt dalam Djijono, 2000 secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei.

1. Pendekatan Orientasi Pasar

- a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar actual barang jasa :
 - i. Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
 - ii. Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*)
- b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar actual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:
 - i. Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - ii. Biaya penggantian (*replacement cost methods*)
 - iii. Proyek bayangan (*shadow project methods*)
 - iv. Analisa keefektifan biaya

- c. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*):
 - i. Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - ii. Pendekatan nilai kepemilikan
 - iii. Pendekatan lain terhadap nilai tanah
 - iv. Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - v. Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*)
 - vi. Penerimaan kompensasi
- 2. Pendekatan Orientasi Survei
 - a. Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*)
 - b. Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept*)

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah dengan menghitung Nilai Ekonomi Total (NET). Nilai ekonomi total adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sumber daya alam baik nilai guna maupun nilai fungsionalnya. Nilai Ekonomi Total (NET) dapat ditulis dalam persamaan matematik sebagai berikut:

$$TEV = DUV + IUV + OV) + (XV + VB) \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan :

TEV : *Total Economic Value* (Nilai Ekonomi Total)

DUV : *Direct Use Value* (Nilai Manfaat Langsung)

IUV : *Indirect Use Value* (Nilai Manfaat Tidak Langsung)

OV : *Option Value* (Nilai Pilihan)

XV : *Exsistence Value* (Nilai Keberadaan)

VB : *Beques Value* (Nilai Warisan) (Anonim, 2005).

(Djijono, 2002).

Total Economic Value (TEV) pada dasarnya sama dengan net benefit yang diperoleh dari sumber daya alam, namun di dalam konsep ini nilai yang dikonsumsi oleh seorang individu dapat dikategorikan ke dalam dua komponen utama yaitu *use value* dan *non-use value* (Susilowati, 2004).

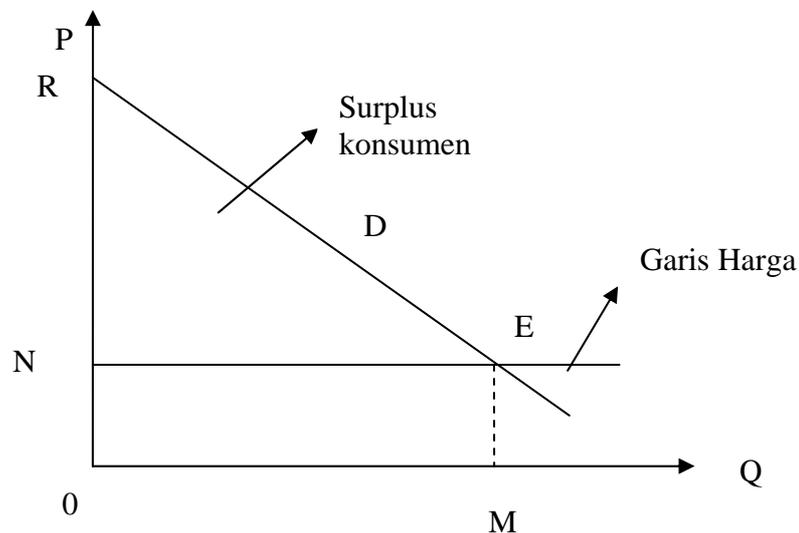
Komponen utama, yaitu *use value* pada dasarnya diartikan sebagai nilai yang diperoleh seorang individu atas pemanfaatan langsung dari sumber daya alam dimana individu berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan lingkungan. *Use value* secara lebih rinci diklasifikasikan kembali ke dalam *direct use value* dan *indirect value*. *Direct use value* merujuk pada kegunaan langsung dari konsumsi sumber daya seperti penangkapan ikan, pertanian. Sementara *indirect use value* merujuk pada nilai yang dirasakan secara tidak langsung kepada masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Termasuk di dalam kategori *indirect use value* ini misalnya fungsi pencegahan banjir dan *nursery ground* dari suatu ekosistem (misalnya *mangrove*).

Komponen kedua, *non-use value* adalah nilai yang diberikan kepada sumber daya alam atas keberadaannya meskipun tidak dikonsumsi secara langsung. *Non-use value* lebih bersifat sulit diukur (*less tangible*) karena lebih didasarkan pada preferensi terhadap lingkungan dari pada pemanfaatan langsung.

Secara detail kategori *non-use value* ini dibagi ke dalam *sub-class* yaitu *existence value*, *Bequest value* dan *option value*. *Existence value* pada dasarnya adalah penilaian yang diberikan dengan terpeliharanya sumber daya alam dan lingkungan. *Bequest value* diartikan sebagai nilai yang diberikan oleh generasi kini dengan menyediakan atau mewariskan (*bequest*) sumber daya untuk generasi mendatang (mereka yang belum lahir). Sementara *option value* lebih diartikan sebagai nilai pemeliharaan sumber daya sehingga pilihan untuk memanfaatkan untuk masa yang akan datang tersedia. Nilai ini merujuk pada nilai barang dan jasa dari sumber daya alam yang mungkin timbul sehubungan dengan ketidakpastian permintaan di masa yang akan datang.

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab munculnya surplus konsumen karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama (Samuelson dan Nordhaus, 1990). Pada pasar yang berfungsi dengan baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit terakhir produk yang diperdagangkan merefleksikan nilai dari unit produk yang diperdagangkan (Pomeroy, 1992 dalam Djijono, 2002). Secara sederhana surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak diantara kurva permintaan dan garis harga (Samuelson dan Nordhaus, 1990).

Gambar 2.7
Konsumsi Pariwisata



Total Surplus Konsumen adalah Bidang di Bawah Kurva Permintaan dan di Atas garis Harga

Sumber: Djijono, 2002

Keterangan:

OREM = Total Utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total Nilai surplus konsumen

Konsumen mengkonsumsi sejumlah barang M, dengan kemauan membayar sebesar harga yang dicerminkan oleh manfaat marjinal pada tingkat konsumsi tersebut. Dengan melihat perbedaan dalam jumlah yang dikonsumsi, kemauan seseorang membayar berdasarkan fungsi manfaat marjinal dapat ditentukan. Hasilnya adalah kurva permintaan individu untuk Q (Gambar 2.7.). Kurva permintaan tersebut dikenal dengan nama kurva permintaan Marshal (Hufschmidt et al, dalam Djijono, 2002). Digunakannya kurva permintaan Marshal, karena kurva permintaan tersebut dapat diestimasi langsung dan dapat mengukur kesejahteraan konsumen melalui surplus konsumen, sedangkan kurva

permintaan Hicks mengukur kesejahteraan konsumen melalui kompensasi pendapatan (Turner, Pearce dan Bateman, dalam Djijono, 2002).

2.1.5.1. Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Penilaian dengan metode biaya perjalanan (*travel cost*) merupakan penggunaan pasar pengganti untuk menganalisis permintaan terhadap daerah rekreasi. Metode ini akan mengkaji jumlah uang yang akan dibayar dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi. Jumlah uang tersebut mencakup biaya transportasi, akomodasi, konsumsi, dokumentasi, tiket masuk dan lain-lain yang relevan. Biaya perjalanan (*travel cost*) direpresentasi sebagai nilai atau harga barang lingkungan tersebut, namun selain biaya perjalanan nilai suatu tempat wisata juga menggunakan variabel, biaya perjalanan ke lokasi alternatif, pendapatan rumah tangga, dan variabel tingkah laku (Yakkin, 1997 : 221, dalam Sahlan, 2008).

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan

kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000 : 117).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut akan menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan efektifnya yang disertai dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000 : 117).

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut

diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000 : 117).

Untuk menilai ekonomi dengan pendekatan biaya perjalanan ada dua teknik yang dapat digunakan yaitu:

- 1) Pendekatan sederhana melalui zonasi
- 2) Pendekatan individual

Melalui metode biaya perjalanan dengan pendekatan zonasi, pengunjung dibagi dalam beberapa zona kunjungan berdasarkan tempat tinggal atau asal pengunjung, dan jumlah kunjungan tiap minggu dalam penduduk di setiap zona dibagi dengan jumlah pengunjung pertahun untuk memperoleh data jumlah kunjungan per seribu penduduk dan penelitiannya dengan menggunakan data sekunder. Sedangkan metode biaya perjalanan dengan pendekatan individual, metode biaya perjalanan dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui survey.

Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i) \dots\dots\dots(2.2)$$

Dimana:

V_{ij} : jumlah kunjungan oleh individu I ke tempat j

C_{ij} : biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j

T_{ij} : biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j

Qij : persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

Sij : karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain

Fij : faktor fasilitas-fasilitas di daerah j

Mi : pendapatan dari individu I

(Fauzi, 2004 : 21)

Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) untuk menghitung atau mengestimasi nilai ekonomi wisata Tirta Waduk Cacaban.. Pada dasarnya semua metode dapat digunakan untuk menghitung nilai ekonomi suatu kawasan. Seseorang yang melakukan kegiatan wisata atau rekreasi pasti melakukan mobilitas atau perjalanan dari rumah menuju obyek wisata, dan dalam melaksanakan kegiatan tersebut pelaku memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi, sehingga biaya perjalanan (*travel cost*) dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Arief Budi Purwanto (1998) dengan judul Valuasi Ekonomi Wana Wisata Taman Hutan Raya Juanda dengan Menggunakan Pendekatan “Travel Cost Method” bertujuan untuk menghitung permintaan pengunjung terhadap manfaat rekreasi Taman Hutan Raya Juanda. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan 3 variabel utama yaitu jumlah kunjungan , biaya perjalanan dan rata-rata pendapatan

per kapita. Dari penelitian tersebut diperoleh indikasi bahwa pada tingkat harga karcis Rp 700,00 maka diperoleh penerimaan sebesar Rp 22.910.700,00. Penerimaan akan mencapai optimum pada harga karcis sebesar Rp 6.000,00 yakni sebesar Rp 206.963.800,00. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,4044 artinya bahwa 40,44 persen variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 59,56 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Djijono (2002) dengan judul *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman Propinsi Lampung* bertujuan untuk menghitung nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung dalam mengunjungi Taman Wan Abdul Rachman. Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor sosial ekonomi yang berpengaruh terhadap permintaan produk dari jasa lingkungan wisata alam hutan raya menggunakan regresi linier berganda, sedangkan nilai ekonomi rekreasi diduga dengan menggunakan metode biaya perjalanan wisata (*travel cost method*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan per 1000 penduduk (orang), sedangkan variabel bebas meliputi biaya perjalanan (transportasi, konsumsi, karcis, dan lain-lain), biaya transportasi (Rp), pendapatan/uang saku per bulan (Rp), jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung (orang), pendidikan (tahun), waktu kerja per minggu (jam) dan waktu luang per minggu (jam). Dari hasil regresi diketahui bahwa yang berpengaruh pada jumlah kunjungan secara signifikan adalah biaya perjalanan, jumlah penduduk, pendidikan dan waktu kerja. Sedangkan dari hasil penghitungan yang

menggunakan *travel cost method* diperoleh rata-rata nilai kesediaan berkorban pengunjung sebesar Rp.11.517 per kunjungan, nilai yang dikorbankan sebesar Rp.7.298 per kunjungan dan surplus konsumen yang diperoleh pengunjung Rp.4.219 per kunjungan.

Dalam penelitian terdahulu oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004) yang meneliti tentang Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan pendekatan *travel cost*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh dari pengunjung wisata alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*). Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen yaitu variabel *travel cost* ke Curug Sewu (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya parkir, biaya dokumentasi, dan biaya lain-lain) (Rp), variabel biaya ke obyek wisata lain (Rp), variabel umur (tahun), variabel pendidikan (tahun), variabel penghasilan (Rp) dan variabel jarak (km). Dari penelitian tersebut diperoleh nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen yang diperoleh sebesar Rp. 896.734,9 per individu per tahun atau Rp.224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung total nilai ekonomi wisata alam Curug Sewu sebesar 12.377.025.750,00 dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel *travel cost* ke Curug Sewu dan variabel jarak, sedangkan variabel-

variabel independen yang lain tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan obyek wisata alam Curug Sewu Kendal.

Penelitian yang dilakukan oleh Sahlan (2008) dengan judul Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Travel cost bertujuan untuk melakukan valuasi ekonomi guna menilai manfaat yang dihasilkan oleh kawasan Wisata alam Otak Kokok Gading. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan tujuh variabel utaman yaitu variabel jumlah kunjungan (Y), biaya perjalanan (X1), biaya waktu (X2), persepsi responden (X3), karakteristik substitusi (X4), fasiliatas-fasilitas (X5) dan pendapatan individu (X6). Dari penelitian tersebut diperoleh nilai ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading yaitu nilai surplus konsumen yaitu sebesar Rp 491.686.957,7 per tahun per 1.000 penduduk. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa dari enam variabel yang digunakan hanya dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel karakteristik substitusi dan pendapatan individu. Sedangkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa se,mua variabel bebas mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat (jumlah kunjungan). Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,247 artinya bahwa 24,7 persen variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 75,3 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahlu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Arief Budi Purwanto 1998	Valuasi Ekonomi Wana WisataTaman Hutan Raya Juanda Dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost	Dependen: • Jumlah kunjungan Independen: • Biaya perjalanan • Rata-rata pendapatan per kapita	Regresi Linier Berganda	Dari penelitian tersebut diperoleh indikasi bahwa pada tingkat harga karcis Rp 700,00 maka diperoleh penerimaan sebesar Rp 22.910.700,00. penerimaan akan mencapai optimum pada harga karcis sebesar Rp 6.000,00 yakni sebesar Rp 206.963.800,00. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,4044 artinya bahwa 40,44 persen variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 59,56 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain.
Djijono 2002	Valuasi Ekonomi Menggunakan	Dependen: jumlah kunjungan per 1000	Regresi Linear Berganda	Dari hasil regresi diketahui bahwa yang berpengaruh pada

	<p>Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman Propinsi Lampung</p>	<p>penduduk (orang) independen: <ul style="list-style-type: none"> • Biaya perjalanan • Biaya transportasi • Pendapatan/uang saku per bulan (Rp) • jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung (orang) • pendidikan (th) • waktu kerja per minggu (jam) waktu luang per minggu (jam) </p>		<p>jumlah kunjungan secara signifikan adalah biaya perjalanan, jumlah penduduk, pendidikan dan waktu kerja. Sedangkan dari hasil penghitungan yang menggunakan <i>travel cost method</i> diperoleh rata-rata nilai kesediaan berkorban pengunjung sebesar Rp.11.517 per kunjungan, nilai yang dikorbankan sebesar Rp.7.298 per kunjungan dan surplus konsumen yang diperoleh pengunjung Rp.4.219 per kunjungan.</p>
<p>Irma Afia Salma dan Indah Susilowati 2004</p>	<p>Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i></p>	<p>Dependen: Jumlah kunjungan Wisata Alam Curug Sewu Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travel cost</i> (Rp) • Biaya perjalanan objek wisata lain (Rp) • Umur </p>	<p>Regresi Linear Berganda</p>	<p>Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen yang diperoleh sebesar Rp 896.734,9 per individu per tahun atau Rp.224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung total nilai ekonomi wisata alam</p>

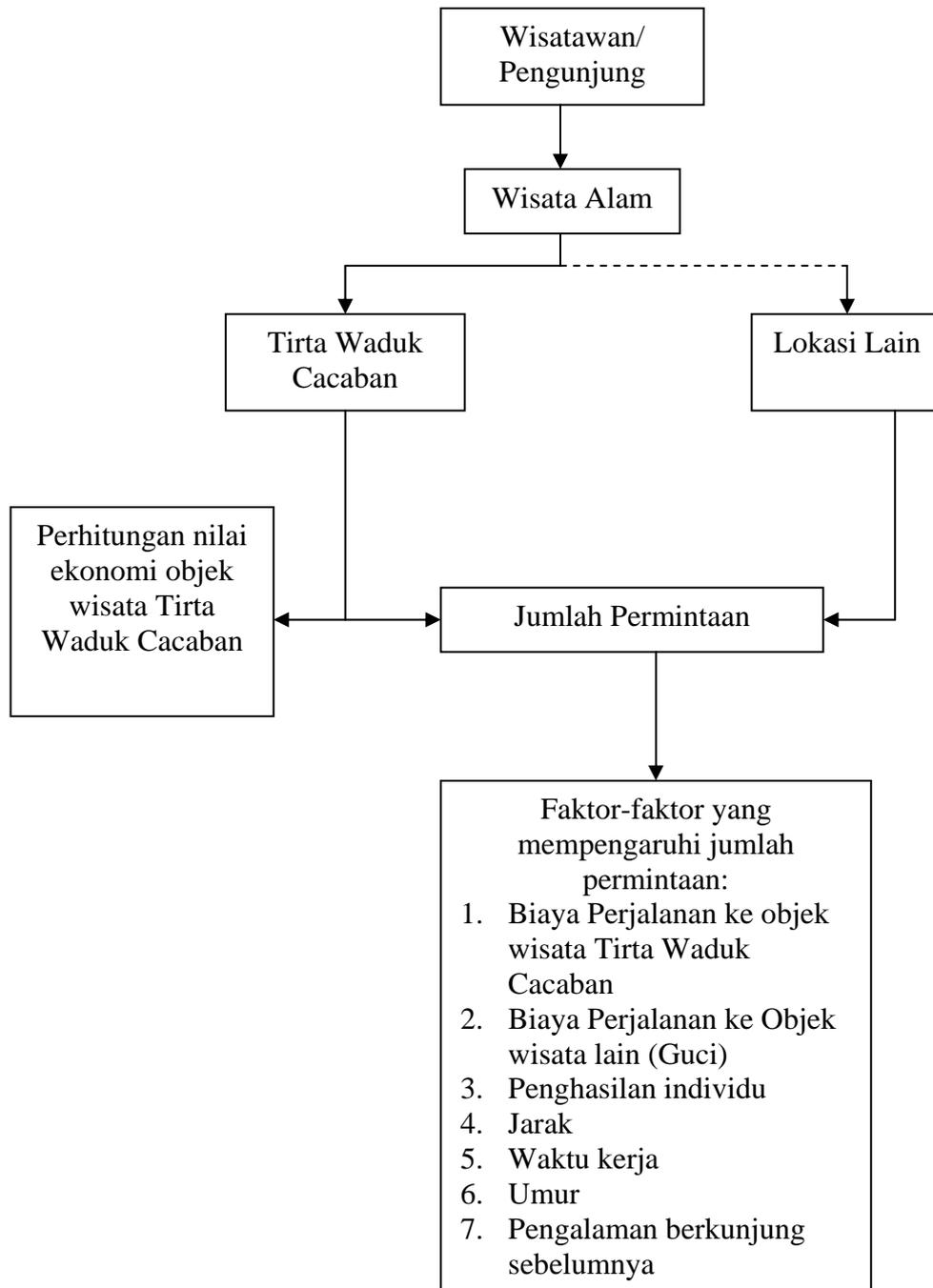
		<p>pengunjung (th)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pendidikan (Th) • Penghasilan rata-rata sebulan (Rp) • Jarak (km) 		<p>Curug Sewu sebesar 12.377.025.750,00 dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua yang signifikan secara statistik yaitu travel cost ke Curug Sewu dan jarak, sedangkan – independen yang lain tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kendal.</p>
Sahlan 2008	<p>Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Biaya Perjalanan</p>	<p>Dependen: Jumlah kunjungan</p> <p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya perjalanan • Biaya Waktu • Umur (th) • Pendidikan (tingkat pendidikan terakhir) • Persepsi responden • Karakteristik substitusi 	<p>Regresi Linier Berganda</p>	<p>Nilai ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading yakni nilai surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 491.686.957,7 per 1.000 penduduk. Dari hasil uji signifikansi hanya dua variabel yang signifikan yaitu variabel pendapatan individu, dan variabel karakteristik substitusi. Sedangkan</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas-fasilitas Pendapatan individu		variabel lainnya tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel jumlah kunjungan ke objek wisata Otak Kokok Gading.
--	--	---	--	---

2.3. Kerangka Pemikiran

Pada umumnya semakin besar pendapatan seseorang semakin besar permintaannya terhadap barang rekreasi dan jasa lingkungan. Kebutuhan untuk menggunakan jasa lingkungan sebagai tempat berwisata seperti Waduk Cacaban dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, waktu kerja, jarak, umur, dan pengalaman pengunjung. Sedangkan untuk menghitung nilai ekonomi berupa surplus konsumen dari pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) yang meliputi biaya perjalanan pulang pergi dari tempat tinggal ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dan pengeluaran lain selama di perjalanan serta di dalam kawasan wisata Waduk Cacaban mencakup biaya transportasi, konsumsi, dokumentasi, karcis masuk, parkir dan biaya lain-lain.

Gambar 2.8
Kerangka Pemikiran



2.4. Hipotesis

Berdasarkan uraian dan perumusan masalah di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat negatif antara biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
2. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata lain (Guci) terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
3. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara penghasilan individu (uang saku) perbulan terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
4. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat negatif antara jarak terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
5. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara waktu kerja terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
6. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara umur pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.
7. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

Penelitian ini menggunakan 8 variabel penelitian yaitu variabel jumlah permintaan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, variabel biaya perjalanan ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain, variabel penghasilan, variabel jarak, variabel waktu kerja, variabel umur dan variabel pengalaman.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independent variable*) meliputi biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan, waktu kerja, jarak, umur, dan pengalaman.
2. Variabel terikat (*dependent variable*), dalam hal ini adalah jumlah permintaan wisata oleh individu.

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Terdapat delapan variabel yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Secara operasional variabel yang ada dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut.

1. Jumlah Permintaan Wisata Tirta Waduk Cacaban di Kabupaten Tegal

Jumlah permintaan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban diukur melalui banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama satu bulan terakhir ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban di Kabupaten Tegal. Variabel ini diukur secara kontinu dalam satuan kekerapan (kali).

2. Biaya Perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Tirta Waduk Cacaban di Kabupaten Tegal. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya karcis masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinu dengan satuan rupiah (Rp/kunjungan).

3. Biaya Perjalanan ke objek wisata lain (Guci)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju objek wisata lain yang dalam hal ini diwakili oleh objek wisata Guci. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya karcis masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinu dengan satuan rupiah (Rp / kunjungan).

4. Umur

Umur pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinyu dengan satuan tahun (Th)

5. Waktu Kerja

Waktu yang dihabiskan pengunjung untuk bekerja tiap bulan. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, waktu kerja merupakan waktu yang digunakan untuk belajar dalam 1 bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dalam satuan jam per minggu (jam/bulan).

6. Pendapatan Individu

Penghasilan rata-rata per bulan pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban di Kabupaten Tegal. Penghasilan tidak hanya yang bersumber dari pekerjaan utama, namun total penghasilan keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, penghasilan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dalam satuan rupiah (Rp).

7. Jarak

Jarak rumah pengunjung dengan objek wisata Tirta Waduk Cacaban di Kabupaten Tegal. Variabel ini diukur secara kontinyu dengan satuan kilometer (Km).

8. Pengalaman berkunjung sebelumnya

Pengalaman pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban apakah sebelumnya pernah atau belum pernah berkunjung ke Waduk Cacaban.

Variabel ini diukur dengan dummy (1=jika sudah pernah berkunjung sebelumnya, 0= jika belum pernah berkunjung sebelumnya).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban yang melakukan wisata di tempat tersebut dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 39 orang. Metode sampling yang digunakan adalah *quoted accidental sampling*. Teknik ini dikenakan pada individu yang secara kebetulan dijumpai atau yang dapat dijumpai yang diteliti (Hadi, 1990 dalam Zaenal, 2006).

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka-angka seperti data mengenai jumlah biaya perjalanan, pendapatan individu, jumlah kunjungan individu.
2. Data kualitatif yaitu data yang dapat digunakan untuk melengkapi dan menjelaskan serta memperkuat data kuantitatif sehingga dapat memberikan kemudahan dalam menganalisa data yang diteliti.

Berdasarkan sumber data, maka data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden yang dijadikan sampel dengan menggunakan daftar

pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pengisian kuesioner oleh responden yang sedang berwisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tegal, Pengelola Waduk Cacaban, internet, serta berbagai literatur baik buku maupun jurnal-jurnal yang relevan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara:

1. Studi kepustakaan yaitu merupakan satu cara untuk memperoleh data dengan cara membaca literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.
2. Metode dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti dari hasil publikasi lembaga-lembaga atau instansi pemerintah, organisasi lainnya, seperti Dinas Pariwisata, BPS, Pihak Pengelola dan lainnya.
3. Wawancara, yaitu cara pengumpulan data dengan mewawancarai langsung responden yang akan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang

dibutuhkan dengan bantuan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden (Nasution, 1987)

3.5. Metode Analisis

Dalam penelitian ini, jumlah kunjungan wisata Waduk Cacaban diduga dengan menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) yang meliputi biaya transportasi pulang pergi dari tempat tinggal ke wisata Waduk Cacaban, biaya konsumsi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya dokumentasi dan biaya lain-lain.

1. Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan alat analisis statistik yaitu regresi linier berganda dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Squares*).

Analisis regresi merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel. Hubungan tersebut dapat diekspresikan dalam bentuk persamaan yang menghubungkan variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas X_1, X_2, \dots, X_n . Dalam analisis regresi pola hubungan antar variabel diekspresikan dalam sebuah persamaan regresi yang diduga berdasar data sampel.

Untuk menganalisis kunjungan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan ke Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, umur pengunjung, penghasilan rata-rata pengunjung, jarak, waktu kerja, jenis kelamin dan pengalaman individu pengunjung, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7,) \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

- Y = Jumlah permintaan wisata Tirta Waduk Cacaban
- X₁ = Biaya perjalanan tempat wisata Tirta Waduk Cacaban berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir, dan biaya lain-lain
- X₂ = Biaya perjalanan ke obyek wisata lain
- X₃ = Penghasilan rata – rata per bulan pengunjung
- X₄ = Jarak tempat tinggal pengunjung dengan objek wisata Tirta Waduk Cacaban
- X₅ = Waktu kerja
- X₆ = Umur pengunjung
- X₇ = Pengalaman pengunjung

Dari formulasi diatas, model untuk analisis regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e_i \dots\dots\dots(3.2)$$

2. Perhitungan Valuasi Ekonomi

Dalam penelitian ini untuk menghitung valuasi ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun.

Untuk menghitung nilai surplus konsumen, menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$D_x = Q_x = a - bP \dots\dots\dots(3.3)$$

Persamaan di atas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen per individu per tahun digunakan perhitungan integral terbatas, dengan batas bawah yaitu harga terendah dan batas teratas yaitu harga tertinggi, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$SK = \int_{p_0}^{p_1} f(P_x) dP \dots\dots\dots(3.4)$$

3.5.1. Uji asumsi Klasik

Agar dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi maka model persamaan harus terbebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas uji Multikolinearitas, uji Normalitas, Uji Autokolerasi dan Uji Heteroskedastisitas.

3.5.1.1. Uji Multikolinearitas

Pada mulanya multikolinearitas berarti adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Tepatnya istilah multikolinearitas berkenaan

dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti dan istilah kolinearitas berkenaan dengan terdapatnya satu hubungan linear. Tetapi perbedaan ini jarang diperhatikan dalam praktek, dan multikolinearitas berkenaan dengan kedua kasus tadi (Gujarati, 2003).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Imam Ghazali : 2005).

Pengujian terhadap ada tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji VIF (Gujarati,2003). Jika suatu variabel bebas memiliki $VIF < 10$, maka variabel bebas tersebut tidak mengalami multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3.5.1.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji park, Uji Glejser, Uji White. Selain itu uji heteroskedastisitas dapat dilakukan

dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized (Ghozali, 2006).

3.5.1.3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal dan dengan melihat grafik histogram. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau pada grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.5.1.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2006).

3.5.2. Uji Kriteria Statistik

Untuk menguji ketepatan model dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan digunakan uji statistik yaitu uji t dan uji F dengan formulasi sebagai berikut:

3.5.2.1. Uji Simultan (Uji Secara Bersama – sama)

Untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan maka digunakan uji F dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

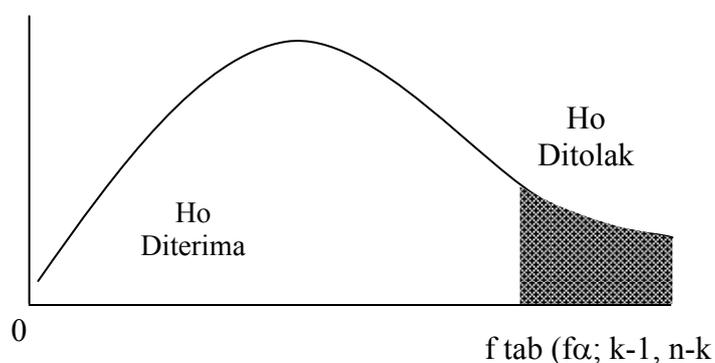
Langkah-langkah pengujian

- a) Formulasi hipotesis H_0 dan H_a

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = 0$, diduga secara simultan $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$, dan X_7 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_6 \neq \beta_7 \neq 0$, diduga secara simultan $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$, dan X_7 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

- b) Menentukan *Level of Significant*, $\alpha = 5 \%$
 c) Kriteria Pengujian



H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

d) Uji statistik (Supranto, 2001 : 69)

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)} \dots\dots\dots(3.5)$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

e) Kesimpulan

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima artinya, bahwa secara bersama-sama variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6,$ dan X_7 tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y .

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Artinya, bahwa secara bersama-sama variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6,$ dan X_7 mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y .

3.5.2.2. Uji Parsial (Uji Secara Individu)

Pengujian signifikansi koefisien regresi secara parsial (individual) digunakan uji t (t test).

Uji hipotesisnya :

a) Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$ (Masing-masing variabel $X (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7)$ tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y).

$H_a : \beta_i \neq 0$ (Masing-masing variabel X ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$))

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y)

$H_a : \beta_i < 0$ (Masing-masing variabel X ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$))

mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Y).

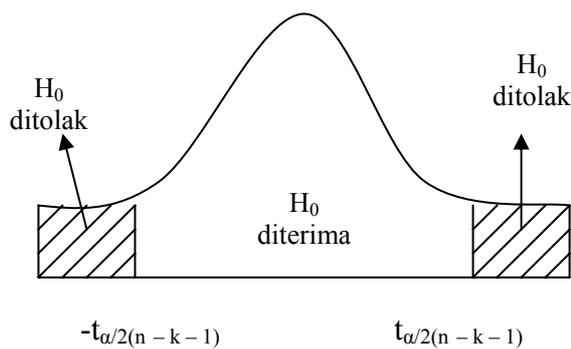
$H_a : \beta_i > 0$ (Masing-masing variabel X ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$))

mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y).

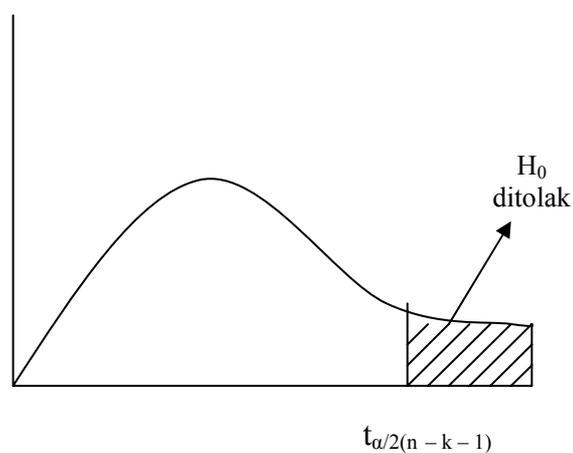
b) Menentukan *Level of Significant* $\alpha = 5\%$

c) Kriteria Pengujian

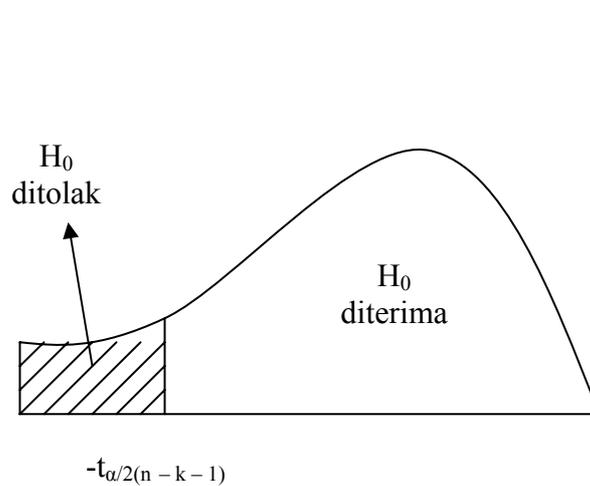
Untuk $H_a : \beta_i \neq 0$



Untuk $H_a : \beta_i > 0$



Untuk $H_a : \beta_i < 0$



H_0 diterima apabila : t hitung $<$ t tabel

H_0 ditolak apabila : t hitung $>$ t tabel

d) Formulasi penghitungan uji t (t test) adalah : (Supranto : 247).

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)} \dots\dots\dots (3.6)$$

e) Kesimpulan

Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel X tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y dan sebaliknya apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini akan dianalisa mengenai pengaruh variabel bebas (*independent variable*) X yang meliputi biaya perjalanan ke waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek lain (Guci), pendapatan, umur, jarak, waktu kerja, dan pengalaman terhadap variabel terikat (*dependent variable*) Y yaitu jumlah permintaan pariwisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban yang diukur melalui jumlah kunjungan individu di wisata Waduk Cacaban.

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata waduk Cacaban Desa Karanganyar Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Tegal. Batas administratif Waduk Cacaban, dikelilingi oleh:

- Kecamatan Kedungbanteng : Desa Penujah, Desa Karanganyar, Desa Tonggara dan Desa Karang Malang
- Kecamatan Jatinegara : Desa Jatinegara, Desa Dukuh Bangsa, Desa Lebakwangi, Desa Capar dan Desa Wotgalih
- Kecamatan Pangkah : Desa Dermasuci

Daerah Waduk Cacaban mempunyai topografi berupa perbukitan dengan ketinggian 85 – 600 m dpl. Waduk Cacaban merupakan salah satu tujuan wisata di Kabupaten Tegal. Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban sebagai salah satu objek

wisata yang telah dikembangkan di Kabupaten Tegal berjarak sekitar ± 10 km ke arah timur dari ibu kota Kabupaten Tegal, Slawi. Waduk Cacaban merupakan waduk pertama yang dibangun setelah proklamasi kemerdekaan. Memiliki luas permukaan 982,07 hektar dengan kapasitas tampung 90 juta meter kubik.

Waduk Cacaban selain dimanfaatkan sebagai tempat wisata juga dimanfaatkan sebagai sarana konservasi air. Konservasi air dilakukan dengan cara menjaga alamnya seperti pepohonannya sebagai penampung air sehingga volume air di tempat ini tidak berkurang meskipun musim kemarau. Air tersebut juga dimanfaatkan sebagai sarana irigasi pertanian oleh masyarakat setempat.

Untuk menunjang aktifitas pariwisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban, pemerintah daerah telah membangun sarana dan prasarana agar pengunjung lebih banyak yang datang dan lebih lama berdiam. Sarana-sarana tersebut seperti perahu motor, sampan, gardu pandang, keramba ikan, arena memancing, warung apung, pos informasi, mushola, toilet, dan tempat parkir yang luas. Di kawasan ini juga terdapat mainan anak-anak dan hutan wisata serta tersedia makanan dan minuman yang di jual di warung-warung yang ada.

4.1.1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Karakteristik responden merupakan bagian terpenting dari suatu penelitian karena dengan mengetahui karakteristik responden kita dapat mengenal objek penelitian kita dengan lebih baik.

1. Umur Responden

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik responden untuk melakukan kunjungan dan produktivitas responden. Umur juga menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi termasuk keputusan untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatannya digunakan untuk mengunjungi tempat-tempat wisata. Jadi secara tidak langsung umur akan turut mempengaruhi besarnya permintaan terhadap wisata Tirta Waduk Cacaban..

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa umur responden tergolong usia produktif yaitu berkisar antara 15 tahun sampai 48 tahun. Untuk lebih lengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1
Identitas Responden Menurut Kelompok Umur

No.	Kategori Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	15-19	21	53,85
2.	20-24	7	17,95
3.	25-29	6	15,38
4.	> 29	5	12,82
Jumlah		39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

Dari tabel 4.1 terlihat bahwa sebagian besar responden mempunyai umur pada kisaran 1-19 tahun sebanyak 53,85 persen atau 21 responden.

2. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin secara tidak langsung turut mempengaruhi permintaan pemanfaatan jasa lingkungan yang ditawarkan oleh objek-objek wisata. Jenis

kelamin seorang wisatawan akan turut menentukan jenis wisata apa yang akan dipilih, sehingga jenis kelamin ini secara tidak langsung mempengaruhi permintaan wisata Waduk Cacaban. Untuk melihat lebih jelas tentang jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.2
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	19	48,7
2.	Perempuan	20	51,3
Jumlah		39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar dari jumlah responden perempuan. Jumlah responden laki-laki sebesar 19 orang atau 48,7 % dan jumlah responden perempuan sebanyak 20 orang atau 51,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan wisata merupakan kebutuhan semua orang tanpa membedakan jenis kelamin.

3. Status Marital

Status marital dapat mengubah perilaku seseorang termasuk dalam kaitannya dengan lokasi wisata. Proporsi status marital pengunjung objek wisata Tirta Waduk cacaban yang menjadi responden adalah responden yang belum menikah sebanyak 24 orang atau 61,5 % dan yang telah menikah sebanyak 15 orang atau sebesar 38,5 %. Untuk melihat lebih jelas tentang status marital responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Identitas Responden Menurut Status Marital

Status Marital Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Menikah	15	38,5
Belum Menikah	24	61,5
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa wisata lebih banyak dilakukan oleh orang yang belum menikah.

4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan akan mempengaruhi status sosial yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Demikian juga dalam pemilihan lokasi wisata, pekerjaan seseorang akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih wisata.

Pengunjung yang datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban yang menjadi responden terdiri dari 1 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau sebesar 2,6 %, 6 orang wiraswasta atau sebesar 15,4 %, 7 orang petani atau sebesar 17,9 %, 17 orang pelajar atau sebesar 43,8 %, dan 8 orang lainnya atau sebesar 20,5 % mempunyai pekerjaan selain pekerjaan yang telah disebutkan. Komposisi responden menurut pekerjaan yang ditekuninya disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.4
Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	1	2,6
Wiraswasta	6	15,4
Petani	7	17,9
Pelajar	17	43,8
Lainnya	8	20,5
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

5. Penghasilan (Uang Saku) per Bulan

Penghasilan akan mempengaruhi status seseorang dalam pengambilan keputusan. Demikian juga dalam pemilihan lokasi wisata, penghasilan (uang saku) seseorang akan berperan dalam pengambilan keputusan dalam memilih wisata. Komposisi responden menurut tingkat penghasilan (uang saku) per bulan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Menurut Penghasilan (Uang Saku) per Bulan dan Persentasenya

Penghasilan (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
0 - 499.999	21	53,85
500.000 – 999.999	7	17,95
1.000.000 – 1.499.999	6	15,38
> 1.499.999	5	12,82
Jumlah	39	100
Minimum = Rp 100.000,00		
Maksimum = Rp 2.200.000,00		

Sumber: Data primer diolah, 2009

Dari tabel 4.5 diperoleh bahwa sebagian besar responden berpenghasilan pada kisaran 0 – Rp 499.999 yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 53,85 persen dengan rata-rata penghasilan sebesar Rp 480.512,82.

6. Lama Perjalanan Menuju Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Waktu perjalanan merupakan keseluruhan yang dibutuhkan pengunjung untuk menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Waktu perjalanan tercepat adalah 5 menit dan waktu perjalanan terlama adalah 20 menit. Deskripsi mengenai lama perjalanan responden menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6
Lama Perjalanan Pengunjung Menuju Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Lama Perjalanan (menit)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1 – 10	26	66,67
11 - 20	13	33,33
Jumlah	39	100
Minimum = 5 menit		
Maksimum = 20 menit		

Sumber: Data primer diolah, 2009

Berdasarkan tabel 4.6 lama perjalanan yang dilakukan oleh responden untuk menuju ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebagian besar pada kisaran 1-10 menit yaitu sebesar 66,67 persen atau 26 orang dan 13 orang atau 33,33 persen berkisar antara 11-20 menit.

7. Tujuan Berkunjung ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Sebanyak 26 responden atau sebesar 66,67 % dari keseluruhan sampel datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan tujuan rekreasi, 10 responden atau sebesar 25,64 % datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan tujuan olahraga, dan sebanyak 3 responden atau sebesar 7,69 % datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan tujuan lainnya selain yang telah disebutkan. Komposisi responden menurut tujuan berkunjung ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.7
Tujuan Datang ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Tujuan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Rekreasi	26	66,67
Olahraga	10	25,64
Lainnya	3	7,69
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

8. Kelompok Kunjungan

Dari keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 17 responden atau sebesar 43,6 % datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban sendirian, sebanyak 10 responden atau sebesar 25,6 % datang dengan keluarga dan sebanyak 12 responden atau sebesar 30,8 % datang bersama teman / rombongan. Deskripsi kelompok kunjungan responden pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.8
Kelompok Kunjungan Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Kelompok Kunjungan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Sendirian	17	43,6
Keluarga	10	25,6
Teman/Rombongan	12	30,8
Jumlah	94	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

9. Transportasi yang Digunakan Responden Menuju ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Sebagian besar responden pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban naik sepeda motor yaitu sebanyak 28 responden atau sebesar 71,8 %, sebanyak 5 orang atau sebesar 12,8 % naik mobil pribadi, 2 responden atau sebesar 5,1 % datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan jalan kaki dan sebanyak 4 orang atau sebesar 10,3 % datang dengan menggunakan alat transportasi yang selain disebutkan di atas. Deskripsi mengenai alat transportasi yang digunakan pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Transportasi yang Digunakan Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Alat Transportasi	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Sepeda Motor	28	71,8
Mobil Pribadi	5	12,8
Jalan Kaki	2	5,1
Lainnya	4	10,3
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

10. Lama Kunjungan /Rekreasi di Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Lama kunjungan merupakan lama waktu yang dihabiskan pengunjung selama berada di objek wisata Tirta Waduk cacaban. Lama kunjungan paling lama yang dihabiskan adalah selama 5 jam yaitu sebanyak 2 orang atau sebesar 5,1 % dan yang tercepat adalah 1 jam yaitu sebanyak 10 responden atau sebesar 25,6 %. Deskripsi dari lama kunjungan / rekreasi responden pengunjung objek wisata Tirta Waduk cacaban diperoleh sebagai berikut.

Tabel 4.10
Lama Kunjungan / Rekreasi Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban dan Persentasenya

Lama Kunjungan (jam)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	10	25,6
2	12	30,8
2,5	1	2,6
3	12	30,8
4	2	5,1
5	2	5,1
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

11. Daya Tarik dan Kelemahan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Yang membuat tertarik responden untuk datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebagian besar karena dekat dengan rumah yaitu sebanyak 31 responden atau sebesar 79,5 %, sebanyak 7 responden atau sebesar 17,9 % tertarik untuk datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban karena biaya murah, dan sebanyak 1 responden atau sebesar 2,6 % tertarik untuk datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban karena alasan lain selain yang sudah disebutkan.

Tabel 4.11
Ketertarikan pengunjung terhadap objek wisata Tirta Waduk Cacaban

Ketertarikan Terhadap O.W. Cacaban	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Dekat rumah	31	79,5
Biaya perjalanan lebih murah	7	17,9
Lainnya	1	2,6
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

Berdasarkan sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 39 responden, diperoleh data mengenai saran untuk pengembangan Objek Wisata Cacaban yang dianalisis secara deskriptif dalam bentuk uraian.

- a. Melengkapi sarana dan prasarana yang belum ada (18 orang / 46,15 %).
- b. Kemudahan alat transportasi umum menuju Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban (5 orang / 12,82 %).
- c. Kebersihan lingkungan dan sarana prasarana objek wisata Tirta Waduk Cacaban supaya lebih diperhatikan (9 orang / 23,08 %)
- d. Menjaga kelestarian alam dan ekosistem (4 orang / 10,26 %)
- e. Jalan akses menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban lebih diperhatikan (3 orang / 7,69 %).

12. Tingkat Kepuasan

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh sebanyak 23 responden atau sebesar 58,97 % dari total keseluruhan merasa puas berada di Waduk Cacaban dan 16 responden atau sebesar 41,03 % merasa biasa saja berada di Waduk Cacaban. Untuk melihat lebih jelas mengenai tingkat kepuasan pengunjung yang menjadi responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Tingkat Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Tingkat kepuasan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	0	0
Puas	23	58,97
Biasa	16	41,03
Tidak Puas	0	0
Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

13. Jumlah Kunjungan ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Jumlah kunjungan pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban dalam satu bulan terakhir yaitu jumlah kunjungan minimal sebanyak satu kali dan maksimal sebanyak 3 kali. Jumlah kunjungan 1 kali sebanyak 18 responden atau sebesar 46,2 %, jumlah kunjungan 2 kali sebanyak 16 responden atau sebesar 41,0 %, jumlah kunjungan 3 kali sebanyak 5 responden atau sebesar 12,8 %. Deskripsi jumlah kunjungan responden pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Jumlah Kunjungan ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Jumlah Kunjungan (kali)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	18	46,2
2	16	41,0
3	5	12,8
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

14. Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Biaya perjalanan dari masing-masing individu merupakan penjumlahan dari biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya tiket masuk, biaya parkir, dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan oleh masing-masing responden pengunjung objek wisata Waduk Cacaban.

Tabel 4.14
Biaya Perjalanan Responden Pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Biaya Perjalanan (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
0 – 49.999	27	60,64
50.000 – 99.999	11	28,73
> 99.999	1	10,64
Jumlah	39	100
Minimum = Rp 5.000,00 Maksimum = Rp 110.000,00		

Sumber: Data primer diolah, 2009

Berdasarkan tabel 4.13 biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan jumlah responden terbanyak yaitu berkisar antara 0 – 49.999. Dari responden diketahui bahwa biaya minimal untuk mengunjungi Waduk Cacaban sebesar Rp 5.000,00 dan biaya tertinggi sebesar Rp 110.000,00 dengan rata-rata biaya sebesar Rp 35.358,97.

15. Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) ke Objek Wisata Lain (Guci)

Biaya perjalanan ke objek wisata lain dalam hal ini diwakili oleh objek wisata Guci yang meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya parkir, biaya dokumentasi dan biaya-biaya lain. Biaya pengeluaran

maksimum sebesar Rp 220.000,00 dan biaya minimum sebesar Rp 17.500,00 dengan biaya rata-rata sebesar Rp 93.294,87.

Tabel 4.15
Biaya yang Dikeluarkan Responden ke Objek Wisata Lain (Guci)

Biaya Perjalanan (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
0 – 49.999	12	23,40
50.000 – 99.999	12	22,34
100.000 – 149.999	6	20,21
150.000 – 199.999	7	20,21
> 199.999	6	6,38
Jumlah	39	100
Minimum = Rp 17.500,00 Maksimum = Rp 220.000,00		

Sumber: Data primer diolah, 2009

16. Jarak

Jarak yang ditempuh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan jarak terdekat adalah 2 km dan jarak terjauh adalah 14 km. Deskripsi mengenai jarak tempat tinggal responden terhadap objek wisata Tirta Waduk Cacaban ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Deskripsi Responden Menurut Jarak dari Tempat Tinggal

Jarak (km)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1 - 5	18	46,15
6 - 10	15	28,46
10 -15	6	15,39
Jumlah	39	100
Minimum = 2 km		
Maksimum = 14 km		

Sumber: Data primer diolah, 2009

17. Waktu Kerja

Berdasarkan sampel yang diambil dalam penelitian, yaitu sebanyak 39 responden diperoleh waktu kerja minimal dari responden adalah 168 jam per bulan dan maksimal 192 jam per bulan dengan rata-rata sebesar 175 jam per bulan. Waktu kerja responden ditunjukkan dalam deskripsi sebagai berikut:

Tabel 4.17
Waktu Kerja per Bulan

Waktu Kerja (jam/bln)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
168	1	1,1
172	27	28,7
176	4	4,3
180	3	3,2
184	4	4,4
188	3	3,2
192	3	3,2
Jumlah	94	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

18. Pengalaman Berkunjung sebelumnya

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa sebagian besar dari pengunjung yang menjadi responden mempunyai pengalaman berkunjung sebelumnya ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban. Pengalaman sebelumnya oleh responden ditunjukkan dalam deskripsi sebagai berikut:

Tabel 4.18
**Pengalaman Berkunjung Sebelumnya ke Objek Wisata Tirta Waduk
Cacaban**

Pengalaman Berkunjung Sebelumnya	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Belum pernah	6	15,4
Pernah	33	84,6
Jumlah	39	100

Sumber: Data primer diolah, 2009

4.2. Analisis Data

Dari profil-profil responden yang sudah dijabarkan pada sub-sub sebelumnya, variabel-variabel yang telah ditentukan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan SPSS 15,00 untuk mengetahui tingkat suatu variabel mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban. hasilnya bisa dilihat di bawah ini

4.2.1. Uji asumsi Klasik

Agar dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi maka model persamaan harus terbebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

4.2.1.1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti, di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Atau multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti dan istilah kolinearitas berkenaan dengan terdapatnya satu hubungan linear. Tetapi perbedaan ini jarang diperhatikan dalam praktek, dan multikolinearitas berkenaan dengan kedua kasus tadi (Gujarati, 2003). Hasil regresi dengan menggunakan SPSS 15, maka dari matriks korelasi terlihat bahwa tampilan output VIF dan Tolerance mengindikasikan tidak terdapat multikolinieritas. Nilai VIF tidak ada yang melebihi 10 dan nilai Tolerance tidak ada yang kurang dari 0,10.

Tabel 4.19
Uji Multikolinearitas

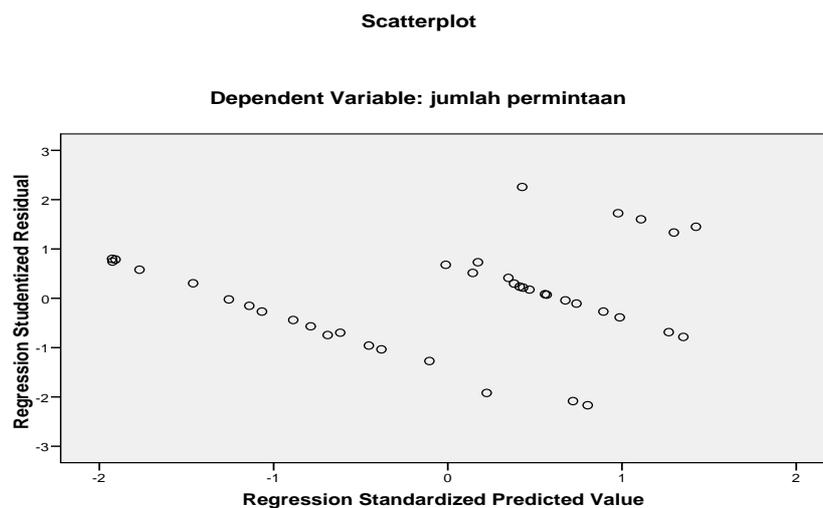
Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keputusan
TC1	0,112	8,895	Bebas Multikolinearitas
TC2	0,101	9,879	Bebas Multikolinearitas
Pendapatan	0,254	3,935	Bebas Multikolinearitas
Jarak	0,888	1,126	Bebas Multikolinearitas
Waktu Kerja	0,639	1,564	Bebas Multikolinearitas
Umur	0,630	1,586	Bebas Multikolinearitas
Pengalaman	0,935	1,070	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Lampiran C

4.2.1.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatterplot. Hasil pengujian disajikan pada gambar berikut:

Gambar 4.1
Uji heteroskedastisitas



Sumber: Lampiran C

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban berdasarkan masukan variabel independent biaya perjalanan (travel cost) ke objek wisata Tirta Waduk cacaban, biaya perjalanan (travel cost) ke onjek wisata lain (Guci), penghasilan (uang saku) per bulan, jarak, waktu kerja, umur responden, dan pengalaman berkunjung sebelumnya.

Analisis dengan bentuk plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan, karena jumlah jumlah pengamatan mempengaruhi hasil plotting. Semakin sedikit jumlah jumlah pengamatan, semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot. Oleh sebab itu diperlukan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil. Untuk mendeteksi ada dan tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser.

Pengujian Heteroskedastisitas juga dilakukan dengan uji Glejser yaitu dengan meregreskan variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya. Jika variabel independent secara statistic mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.20
Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.536	1.230		.436	.666
TC1	-4.0E-006	.000	-.353	-.693	.493
TC2	6.16E-007	.000	.122	.228	.821
Penghasilan	9.02E-008	.000	.169	.499	.621
jarak	-.014	.018	-.140	-.775	.444
waktu kerja	-.001	.007	-.017	-.078	.938
umur	-.004	.009	-.094	-.436	.666
pengalaman	.135	.147	.162	.919	.365

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber: Lampiran D

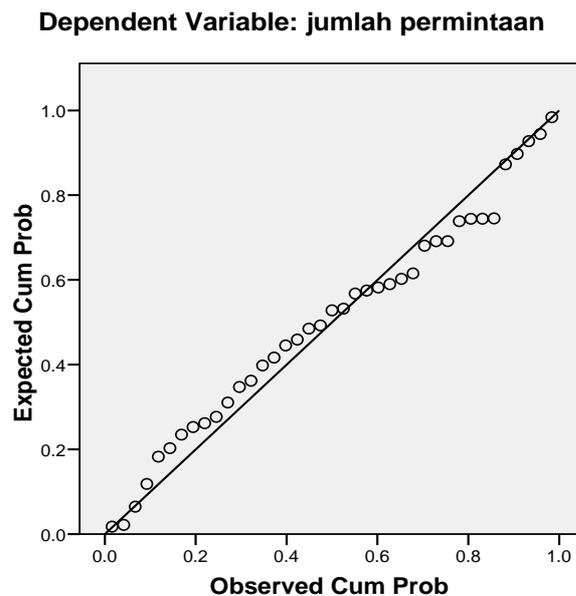
Berdasarkan tabel diatas, dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolute Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5 persen. Jadi, dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas.

4.2.1.3. Uji Normalitas Residual

Dari grafik histogram terlihat bahwa residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri. Pada grafik normal probability plots titik-titik menyebar berhimpit di sekitar diagonal dan hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Gambar 4.2
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Lampiran C

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa semua variabel berdistribusi normal karena memiliki pola yang dekat dengan garis diagonal dan hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Uji Kolmogorof-Smirnov dapat dilakukan untuk menguji apakah residual terdistribusi secara normal. Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov tampak bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,653 dan tidak signifikan pada 0,05 (karena $p=0,788 >$ dari 0,05). Jadi H_0 tidak dapat ditolak yang mengatakan bahwa residual terdistribusi secara normal atau dengan kata lain residual terdistribusi secara normal. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.21
Pengujian Normalitas Residual dengan Uji Kolmogorof-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		39
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.46685468
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.653
Asymp. Sig. (2-tailed)		.788

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Lampiran E

4.2.1.4. Uji Autokorelasi

Untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) dalam model regresi linear menggunakan Run Test. Run Test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).

Tabel 4.22
Pengujian Autokorelasi dengan Run Test

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.03650
Cases < Test Value	19
Cases >= Test Value	20
Total Cases	39
Number of Runs	21
Z	.004
Asymp. Sig. (2-tailed)	.997

a. Median

Sumber : Lampiran F

Hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai tes adalah 0,03650 dengan probabilitas 0,997 tidak signifikan pada 0,05 yang berarti bahwa residual random atau tidak terjadi autokolerasi antar nilai residual.

4.2.3. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dilakukan uji simultan (uji F) dan ujiparsial (uji t) diperoleh beberapa hasil mengenai pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

4.2.3.1. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi. Besarnya nilai adjusted R^2 sebesar 0,456 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 45,6 %. Sedangkan sisanya 54,4 % dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.2.3.2. Uji Pengaruh Simultan (F test)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Kriteri pengujian;

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = 0$ tidak terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

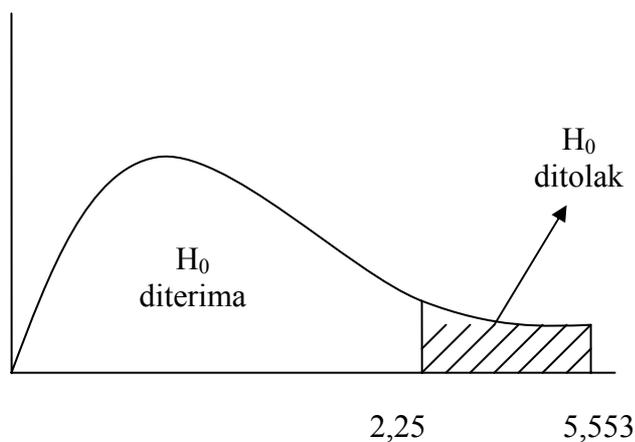
$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_6 \neq \beta_7 \neq 0$ terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Sedangkan ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang signifikan.

Dari hasil perhitungan statistic dengan menggunakan SPSS 15 diperoleh nilai F sebesar 5,553 dengan tingkat signifikansi 0,000. jika dilihat dari nilai signifikan F tersebut diperoleh bahwa nilai F tabel dengan $df_1 = 7$ dan $df_2 = 39 - 7 - 1 = 31$ adalah sebesar 2,25. Dengan demikian diperoleh $F_{hitung} (5,553) > F_{tabel} (2,25)$ hal ini berarti secara bersama-sama variabel biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), variabel penghasilan, variabel jarak, variabel waktu kerja variabel umur dan variabel pengalaman berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Gambar pengujian uji F adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)



4.2.3.3. Uji Parsial (t test)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian t statistik dapat dilakukan dengan melihat dan membandingkan nilai t tabel dengan t hitung. Sedangkan ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang tidak signifikan.
- b. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang signifikan.

Nilai t tabel untuk $df = 32$ ($n - k = 39 - 7 = 32$) dengan tingkat signifikansi 5 % atau 0,05 adalah $\pm 1,684$ dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Uji Hipotesis Variabel Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

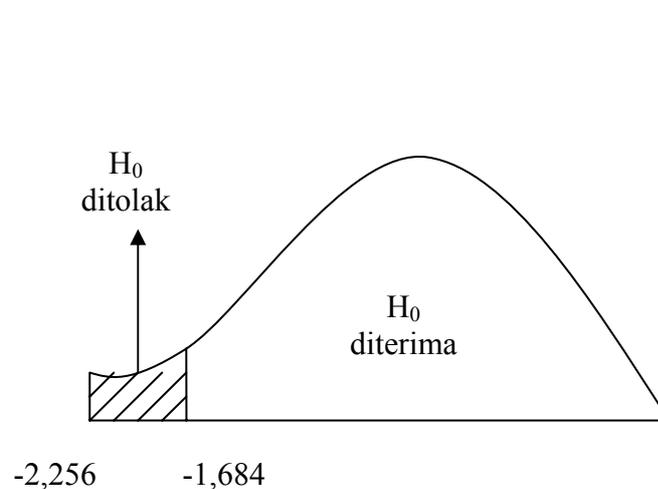
$H_0: \beta_1 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

$H_a: \beta_1 < 0$ terdapat pengaruh negatif antara biaya perjalanan (*travel cost*) terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk cacaban.

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS 15,00 untuk variabel biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban diperoleh nilai t hitung sebesar $-2,256$ dengan tingkat signifikansi $0,031$. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh t tabel dengan $df = 39 - 7 = 32$ adalah sebesar $1,684$ nilai t hitung sebesar $-2,256$ maka nilai mutlak $2,256$ dengan demikian diperoleh t hitung ($2,256$) $>$ t tabel ($1,684$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban diterima atau hipotesis 1 terbukti.

Pengujian antara variabel biaya perjalanan (*travel cost*) dengan variabel jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban secara grafik disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 4.4
Uji Hipotesis Variabel Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban Terhadap Variabel Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban



2) Uji Parsial (t test) Variabel Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Guci)

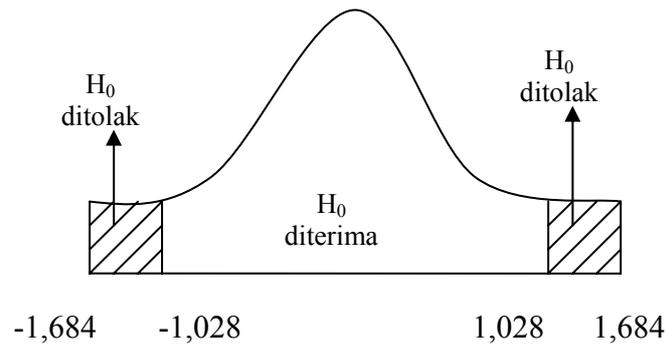
Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_2 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata lain (Guci) terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

$H_a : \beta_2 < 0$ terdapat pengaruh negatif antara biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata lain (Guci) terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk cacaban.

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS 15,0 untuk variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci) diperoleh t hitung sebesar 1,028 dengan tingkat signifikan sebesar 0,312. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 39 - 7 = 32$ adalah sebesar 1,658. Dengan demikian diperoleh t hitung ($1,028$) < t tabel ($1,684$), sehingga H_0 diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata lain (Guci) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban ditolak. Pengujian antara variabel biaya perjalanan (*travel cost*) dengan variabel jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban secara grafik disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 4.5
Uji Hipotesis Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Guci)
Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk
Cacaban



3) Uji Parsial (t test) Variabel Penghasilan (Uang Saku) Pengunjung

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

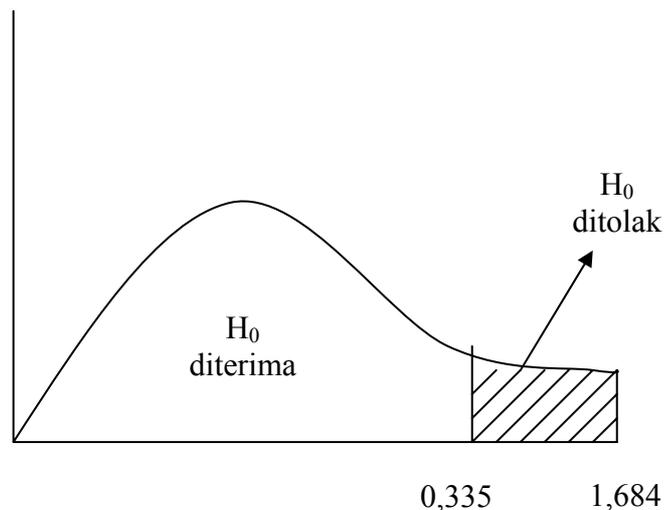
$H_0: \beta_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara penghasilan (uang saku) pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

$H_a: \beta_3 > 0$ terdapat pengaruh positif antara penghasilan (uang saku) pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk cacaban.

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS 15,0 untuk variabel pendapatan pengunjung diperoleh nilai t hitung sebesar 0,335 dengan tingkat signifikan 0,740. dengan batas signifikansi 5 persen maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 39 - 7 = 32$ adalah sebesar 1,684. dengan demikian diperoleh t hitung ($0,335 < t$ tabel (1,684)), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan wisata di Objek Wisata Tirta Waduk cacaban ditolak.

Pengujian antara variabel penghasilan (uang saku) pengunjung dengan jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban secara grafik disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.6
Uji Hipotesis Pendapatan Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke
Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban



4) Uji Parsial (t test) Variabel Jarak

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

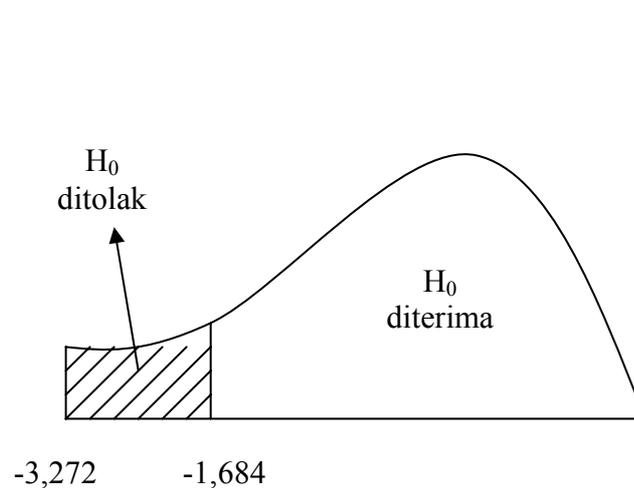
$H_0 : \beta_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara jarak terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

$H_a : \beta_3 < 0$ terdapat pengaruh negatif antara jarak terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk cacaban.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 15,0 untuk variabel jarak diperoleh nilai t hitung sebesar -3,272 dengan tingkat signifikan 0,003. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,684. Nilai t hitung sebesar -3,272 maka nilai mutlak sebesar 3,272. Dengan

demikian diperoleh t hitung ($3,272$) $>$ t tabel ($1,684$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa jarak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban diterima. Pengujian antara variabel jarak dengan variabel jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban secara grafik disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.7
Uji Hipotesis Jarak Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek
Wisata Tirta Waduk Cacaban



5) Uji Parsial (t test) Variabel Waktu Kerja

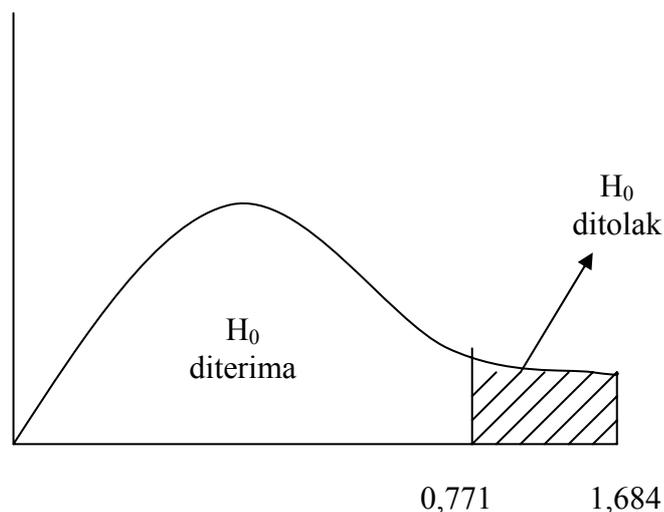
Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0: \beta_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara waktu kerja terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

$H_a: \beta_3 < 0$ terdapat pengaruh negatif antara waktu kerja terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk cacaban.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 15,0 untuk variabel waktu kerja diperoleh nilai t hitung sebesar 0,771 dengan tingkat signifikan 0,446. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,684. Nilai t hitung ($0,771 < t$ tabel ($1,684$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa waktu kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban ditolak. Pengujian antara variabel waktu kerja dengan Variabel jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban secara grafik disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.8
Uji Hipotesis Waktu Kerja Terhadap Jumlah Permintaan Wisata Ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban



6) Uji Parsial (t test) Variabel Umur Pengunjung

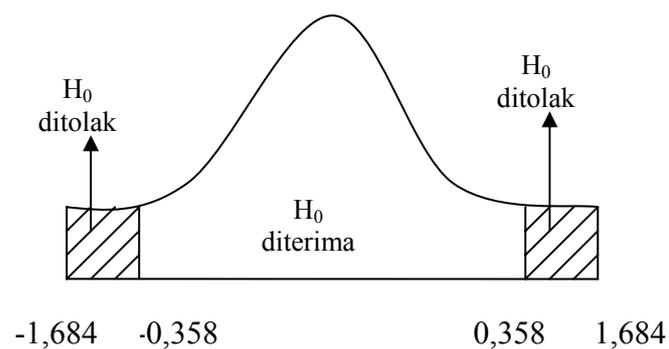
Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0: \beta_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara umur pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

$H_a : \beta_3 < 0$ terdapat pengaruh negatif antara umur pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Tirta Waduk cacaban.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 15,0 untuk variabel umur pengunjung diperoleh nilai t hitung sebesar 0,358 dengan tingkat signifikan 0,723. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,684. Dengan demikian, diperoleh t hitung ($0,358$) < t tabel ($1,684$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa umur berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban ditolak. Pengujian antara variabel umur dengan variabel jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban secara grafik disajikan dalam gambar berikut:

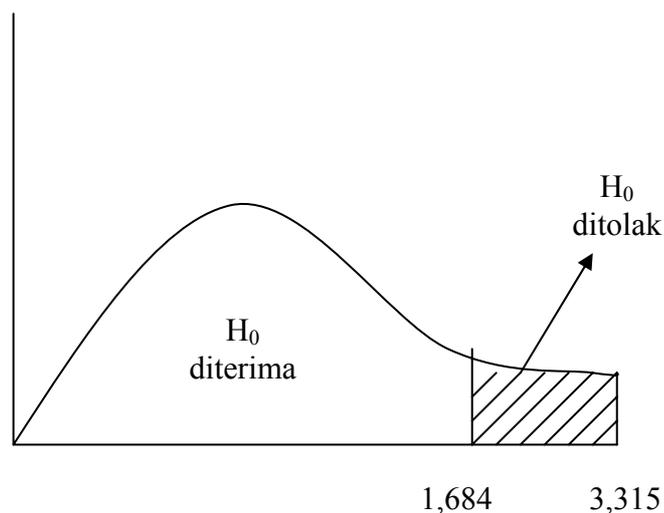
Gambar 4.9
Uji Hipotesis Umur Pengunjung Terhadap Jumlah Permintaan
Wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban



7) Uji Parsial (t test) Variabel Pengalaman

Berdasarkan hasil pebgujian menggunakan SPSS 15,0 untuk variabel pengalaman diperoleh nilai t hitung sebesar 3,315 dengan tingkat signifikan 0,001. dengan menggunakan batas signifikansi 0,000, maka diperoleh nilai t tabel $df = 39 - 7 = 32$ adalah sebesar 1,684. dengan demikian, diperoleh t hitung $(3,315) > t$ tabel $(1,684)$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban terbukti. Pengujian antara variabel pengalaman dengan variabel jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban secara grafik disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.10
Uji Hipotesis Pengalaman Terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Tirta Waduk Cacaban



4.3. Interpretasi Hasil

Dari data yang diperoleh dilakukan regresi untuk menghasilkan kurva permintaan lokasi wisata yang dikaji. Model yang digunakan adalah jumlah permintaan wisata yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan menuju objek wisata Tirta Waduk cacaban, biaya perjalanan menuju objek wisata lain yang dalam hal mengambil objek wisata Guci, pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur responden, dan pengalaman berkunjung sebelumnya, dengan formula

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7) \dots\dots\dots(4.1)$$

Tabel 4.23
Hasil Estimasi regresi liner berganda dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata di Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Variael	Koefisien	Std. Error	Std. Koef	t	Sig
Constant	0,222	1,986		0,112	0,912
TC	-0,000021	0,000	-0,805	-2,256	0,031
TC lain	0,00000449	0,000	0,387	1,028	0,312
Pendapatan	0,0000000976	0,000	0,079	0,335	0,740
Jarak	-0,093	0,028	-0,415	-3,272	0,003
Waktu kerja	0,009	0,012	0,115	0,771	0,446
Umur	0,005	0,014	0,054	0,358	0,723
Pengalaman	0,787	0,237	0,410	3,315	0,002
$R^2 = 0,556$ Adjusted $R^2 = 0,456$ $F_{hitung} = 5,553$ Sig F = 0,000					

Sumber: Lampiran C

Dari hasil tersebut, apabila ditulis persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,222 - 0,000021 X_1 + 0,00000449 X_2 + 0,0000000976 X_3 - 0,093 X_4 + 0,009 X_5 + 0,005 X_6 + 0,787 X_7 \dots\dots\dots(4.2)$$

Keterangan:

- Y = Jumlah permintaan pariwisata ke objek Wisata Tirta Waduk Cacaban
- X₁ = Biaya perjalanan (TC) ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban
- X₂ = Biaya perjalanan (TC) ke objek wisata lain (Guci)
- X₃ = Pendapatan pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban
- X₄ = Jarak
- X₅ = Waktu kerja
- X₆ = Umur responden
- X₇ = Pengalaman berkunjung sebelumnya.

Nilai konstanta β_0 sebesar 0,222 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan individu, waktu kerja, jarak, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya, dianggap sama dengan nol, maka jumlah kunjungan bernilai 0,222 kali dalam satu bulan terakhir.

Dari hasil estimasi secara statistik dapat diketahui bahwa, ada beberapa variabel bebas dalam penelitian ini yang tidak signifikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan individu, waktu kerja dan umur. Variabel-variabel ini tidak mempunyai pengaruh signifikan karena responden yang berkunjung ke wisata Tirta Waduk Cacaban menghitung biaya yang dikeluarkan dan lebih mementingkan bagaimana memperoleh manfaat dari yang ditawarkan oleh wisata Tirta Waduk Cacaban.

Variabel bebas yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan secara statistik adalah biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk

Cacaban, Jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya dapat dijelaskan sebagai berikut :

Variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dengan nilai koefisien regresi sebesar $-0,000021$ menghasilkan nilai yang negatif, hal ini berarti peningkatan biaya perjalanan sebesar satu persen akan mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah permintaan sebesar $0,000021$ dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya dalam keadaan tetap (konstan). Dengan demikian semakin tinggi biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban maka jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban akan semakin menurun

Variabel jarak dengan nilai koefisien regresi sebesar $-0,093$ menghasilkan nilai yang negatif, hal ini berarti peningkatan jarak sejauh satu persen akan mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah permintaan sebesar $0,093$ dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya dalam keadaan tetap (konstan). Dengan demikian semakin jauh jarak yang ditempuh, maka jumlah permintaan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban akan semakin menurun.

Variabel pengalaman berkunjung sebelumnya dengan nilai $0,787$ menghasilkan nilai yang positif, hal ini berarti jika mempunyai pengalaman berkunjung sebelumnya maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar $0,787$ kali dengan

asumsi biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, waktu kerja, umur dan jarak dalam keadaan tetap (konstan). Berdasarkan nilai di atas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengalaman berkunjung sebelumnya maka semakin tinggi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Adanya pengaruh positif dari pengalaman terhadap jumlah permintaan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban disebabkan karena lokasi objek wisata yang dekat dengan rumah dan biaya yang dikeluarkan untuk menuju ke objek wisata tersebut rendah membuat pengunjung yang pernah datang sebelumnya dan merasa puas akan memiliki niat untuk kembali mengunjunginya, sehingga pengalaman individu yang sudah *familier* dengan objeknya dan kepuasan individu dalam mengunjungi suatu objek wisata akan menjadi faktor-faktor yang terkuat untuk melakukan kunjungan wisata ini. Pengalaman berkunjung sebelumnya ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dapat dipengaruhi oleh selera dan preferensi pengunjung terhadap permintaan pariwisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dan objek wisata lainnya dilihat melalui kekerapan pengunjung dalam mengunjungi suatu objek wisata.

4.3.1. Perhitungan Valuasi Ekonomi

Dalam penelitian ini untuk menghitung valuasi ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun.

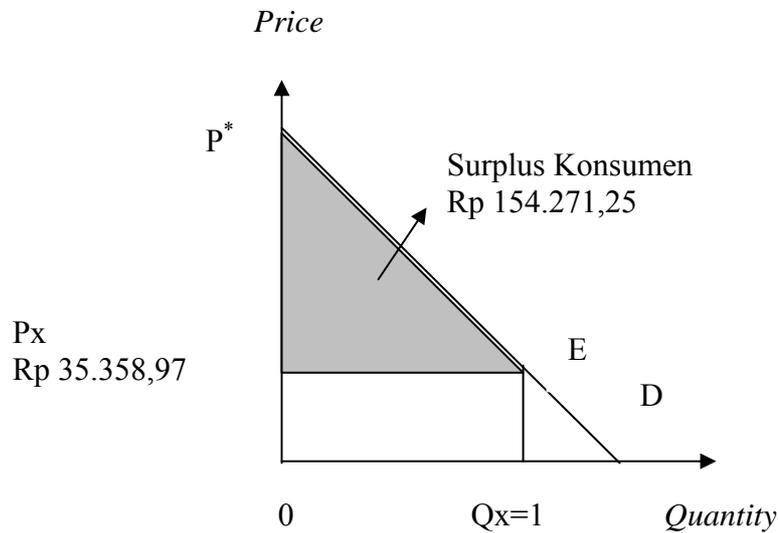
Hasil regresi antara jumlah kunjungan (Y) dengan variabel bebas menghasilkan model permintaan seperti terlihat pada persamaan (4.1) yang kemudian dari persamaan tersebut meregres kembali variabel jumlah kunjungan (Y) dan variabel TC1 (X_1) sehingga persamaan menjadi:

$$D_x = Q_x = 1,981 - 0,0000089 P \dots\dots\dots(4.3)$$

Selanjutnya persamaan di atas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen perindividu pertahun digunakan perhitungan integral terbatas dengan batas atas sebesar Rp 110.000,00 (P^1) dan batas bawah sebesar Rp 5.000,00 (P^0). Untuk menghitung surplus konsumen digunakan persamaan (3.4).

Dari hasil perhitungan diperoleh surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 154.271,25 dimana pengunjung yang datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban rata-rata telah berkunjung 2 kali ke tempat tersebut. Sehingga diketahui bahwa kelebihan (surplus) yang dinikmati konsumen karena kemampuannya untuk membayar melebihi permintaan aktualnya dimana nilai aktual tersebut untuk individu srbesar Rp 35.358,97 dan surplus konsumen setahun yang didapat sebesar Rp 154.271,25 per individu per tahun atau Rp 77.135,63 per individu per satu kali kunjungan

Gambar 4.11
Surplus Konsumen Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban



Sumber: Lampiran F

Gambar 4.11 menunjukkan bahwa harga rata-rata yang dibayarkan oleh pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban untuk 1 kali kunjungan adalah Rp 35.358,97 karena tidak mungkin untuk mengenakan harga yang berbeda pada setiap individu yang berkunjung, maka P_x menjadi harga yang dibayar bagi setiap pengunjung. Akan tetapi setiap individu memiliki *Willingness To Pay* (kerelaan untuk membayar) yang berbeda, bisa lebih tinggi atau lebih rendah dari P_x . Individu-individu yang mau membayar lebih tinggi akan menerima surplus konsumen sebesar Rp 154.271,25 per individu per tahun atau Rp 77.135,63 per individu untuk satu kali kunjungan. Total keuntungan yang diperoleh berada di daerah di bawah kurva permintaan yaitu daerah $OP_xP^*EQ_x$. Daerah segitiga

$P \times P^*E$ merupakan surplus konsumen, sedangkan daerah segiempat $OP \times EQx$ merupakan total pengeluaran individu.

Surplus konsumen sebesar Rp 101.567,8125 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh konsumen yaitu pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata Waduk Cacaban sebesar Rp35.358,97 per satu kali kunjungan. Hal ini berarti Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan terhadap para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Tirta Waduk Cacaban.

Untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka nilai surplus konsumen per individu per tahun sebesar Rp. 154.271,25 dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2007 yaitu sebesar 18.534 pengunjung, sehingga diperoleh nilai total ekonomi Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar Rp 2.859.263.348 per tahun.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan untuk analisis permintaan pariwisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal dengan menggunakan metode *travel cost*, maka dapat disimpulkan:

- 1) Dari hasil uji t-statistik menunjukkan bahwa diantara ketujuh variabel bebas hanya tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya.
- 2) Variabel jumlah permintaan pariwisata yang diukur melalui jumlah kunjungan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban, variabel jarak dan variabel pengalaman. Variabel biaya perjalanan menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban dan variabel jarak menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap jumlah permintaan pariwisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Sedangkan variabel pengalaman menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Tirta Waduk Cacaban.
- 3) Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain yang dalam hal ini diwakili oleh objek wisata Guci tidak signifikan terhadap jumlah permintaan wisata ke Tirta Waduk Cacaban karena ketidak identikan antara kedua objek

wisata, yang masing-masing mempunyai ciri dan daya tarik tersendiri. Variabel umur, variabel waktu kerja dan variabel pendapatan individu tidak signifikan terhadap jumlah permintaan wisata ke Tirta Waduk Cacaban dimungkinkan karena bervariasinya umur, pendapatan dan waktu kerja pengunjung objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

- 4) Dari hasil uji-f statistik menunjukkan bahwa semua variabel bebas (biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, waktu kerja, jarak, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah kunjungan individu.
- 5) Berdasarkan nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,456 atau hanya 45,6 persen variasi variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel bebas, sedangkan sisanya sebesar 54,4 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model.
- 6) Surplus konsumen sebesar Rp 77.135,63 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh konsumen yaitu pengunjung Tirta Waduk Cacaban masih jauh di atas harga rata-rata pengeluaran perjalanan yaitu Rp 35.358,97 per kunjungan. Hal ini berarti objek wisata Tirta Waduk Cacaban memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan kepada para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Tirta Waduk Cacaban.

- 7) Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui nilai ekonomi wisata Tirta Waduk Cacaban dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp 2.859.263.348 per tahun.

5.2. Keterbatasan

Keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian yakni penerapan metode kuesioner yang dilakukan dalam penelitian ini, memungkinkan terdapatnya beberapa data yang bias karena kemungkinan responden tidak menjawab secara serius atau tidak jujur.

5.3. Saran

Dari berbagai kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan koefisien variabel penghasilan yang bertanda positif dapat disimpulkan bahwa objek wisata Tirta Waduk Cacaban merupakan barang normal sehingga semakin tinggi penghasilan pengunjung akan semakin tinggi jumlah permintaan wisata ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Akan tetapi, semakin tinggi penghasilan pengunjung maka mereka akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu, diperlukan pengembangan dan penganeekaragaman daya tarik wisata (seperti pengadaan arena untuk *outbond* yang belum ada di objek wisata tersebut) agar pengunjung yang telah berkunjung bersedia untuk datang kembali ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban.

- 2) Koefisien variabel jarak menunjukkan tanda negatif, dapat disimpulkan bahwa semakin jauh tempat wisata maka semakin rendah jumlah permintaan wisata ke Tirta Waduk Cacaban begitu juga sebaliknya. Karena jarak menentukan tinggi rendahnya jumlah permintaan wisata ke Tirta Waduk Cacaban, untuk menekan waktu tempuh menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban, maka kemudahan akses dan kualitas jalan menuju ke objek wisata tirta Waduk Cacaban perlu ditingkatkan.
- 3) Biaya perjalanan menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata ke Tirta Waduk Cacaban. Koefisien variabel yang menunjukkan tanda negatif dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi biaya perjalanan menuju objek wisata Tirta Waduk Cacaban akan semakin rendah jumlah permintaan wisata ke Tirta Waduk Cacaban, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, penentuan kebijakan harga atau tarif seperti kenaikan tiket masuk sebaiknya diimbangi dengan penganekaragaman produk wisata seperti penyediaan tempat arena bermain yang modern, pembenahan infrastruktur, pementasan seni/budaya serta penggalian dan pemanfaatan kembali keunikan yang terdapat di Tirta Waduk Cacaban.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, 2005. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : Pada http://www.geocities.com/ariyanto_eks79/home.htm. Diakses pada tanggal 24 Desember 2009.
- Djijono. 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wisata Wan AbdulRahman, Propinsi Lampung*. Makalah Pengantar Falsafah Sains (PPS702). http://rudict.tripod.com/sem_023/adnan_wantasem.htm.
- Dumairy. 2003. *Matematika Terapan Untuk Bisnis dan Ekonomi*. BPFE: Togyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga: Jakarta. Terjemahan. Sumarno Zain.
- Hufschmidt, M.M., et al. 1987. *Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan*. Terjemahan. UGM Press.
- I Gusti Bagus Rai Utama. 2009. *Materi Ujian Komprehensif Manajemen Bisnis Pariwisata*. <http://bahankuliah.wordpress.com/2009/06/10/materi-ujian-komprehensif-manajemen-bisnis-pariwisata/>. Diakses Tanggal 24 September 2009.
- McEachern, William, 2001. *Ekonomi Mikro*. Salemba Empat. Jakarta. Terjemahan. Sigit Triandaru.
- Mulyana, Indra, 2009. *Pasar Pariwisata*. Ciamis : Pada <http://www.wisataciamis.com/2009/06/pasara-pariwisata.html>. diakses pada tanggal 24 Desember 2009.
- Nasution S, 1987. *Metode Research*, Jemmars : Bandung
- Pearce, D.W. dan R.K. Turner. 1990. *Economics of Natural Resources and The Environment*. Harvester Wheatsheaf.
- Pindyck, S. Robert dan Rubinfeld, L. Daniel. 2003. *Mikroekonomi*. Jakarta : Indeks.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset

- Pomeroy, R.S. 1992. Economic Valuation: Available Methods *dalam* Chua T.E. dan L.F. Scura. Integrative Framework and Methods for Coastal Area Management Association of Southeast Asian Nation/United states Coastal Resources Management Project.
- Purwanto, Arif Budi. 1998. *Valuasi Ekonomi Wana Wisata Taman Hutan Raya Juanda dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost*. Tesis Program Pascasarjana ITB, Bandung.
- Sahlan.2008. *Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Biaya Perjalanan*. Skripsi Program Sarjana Universitas Mataram.
- Salma, Irma Afia dan Indah Susilowati. 2004. *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. Jurnal Dinamika Pembangunan, Vol 1 No. 2/Des 2004.
- Samuelson, William A., William D. Norghaus. 1998. *Economics*. Mc. Grow Hill.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba empat.
- Sevilla, Consuelo G. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : UI Press.
- Sinclair, M. Thea dan Stabler, Mike. 1997. *Economics of Tourism*. Rout Ledge : London.
- Spillane, James. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Suparmoko dan Maria R. Suparmoko. 2000. *Ekonomika Lingkungan*. Edisi Pertama. BPFE-Yogyakarta.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta:ANDI
- Tnunay, Tontje. 1996. *Potensi Wisata Jawa Tengah Berwawasan Lingkungan*. Klaten : Sahabat.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Zaenal, S. 2006. "Analisis Permintaan Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng". *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Universitas Diponegoro Semarang.

LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER

Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal

Tanggal :

Nama Responden :

Sosial Ekonomi

1. Umur : tahun
2. Jenis Kelamin a. Laki-laki b. Perempuan
3. Status a. Sudah menikah b. Belum menikah
4. Pekerjaan
 - a) Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - b) Wiraswasta (usaha sendiri)
 - c) Petani
 - d) Pelajar
 - e) Lainnya
5. Berapa penghasilan rata-rata anda dalam sebulan ?
Rp.....
6. Berapa jam waktu yang anda habiskan dalam seminggu :
 - a) Bekerja / sekolah jam / minggu
 - b) Istirahat / rekreasi jam / minggu
 - c) Lainnya Jam / minggu
7. Jarak tempat tinggal dengan Waduk Cacaban.....km

Kunjungan Wisata

8. Sudah berapa kali anda datang ke Waduk Cacaban dalam 1 bulan terakhir ? kali
9. Berapa lama perjalanan yang anda butuhkan menuju Waduk Cacaban?
..... (menit/jam)
10. Apakah tujuan / motivasi anda datang kesini ?
a) Rekreasi b) Olah raga c) Lainnya.....
11. Dengan siapa anda datang ke tempat ini?
a). Sendiri b). Keluarga c) Teman/rombongan
12. Alat transportasi yang anda gunakan untuk datang kesini?
a. Sepeda motor b. Mobil pribadi c. Angkutan umum
d. Jalan kaki e. Lain-lain.....
13. Berapa lama waktu yang anda habiskan di tempat ini ?
14. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang di tempat ini?
.....
.....
15. Bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap Waduk Cacaban?
1. Sangat tidak puas 3. Biasa 5. Sangat puas
2. Tidak puas 4. Puas
16. Apa kesan anda tentang Waduk Cacaban kabupaten Tegal ?
.....
.....

Selera

26. Anda lebih senang datang ke objek wisata
- a) pantai
 - b) pegunungan
 - c) danau
 - d) waduk
 - e) lainnya, sebutkan.....
27. Apa alasan anda datang ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban?
- a. Dekat rumah
 - b. Biaya perjalanan lebih murah
 - c. Fasilitas lebih baik dan menarik
 - d. Lainnya, sebutkan.....
28. Apa alasan anda datang ke objek wisata Guci
- a. Dekat rumah
 - b. Biaya perjalanan lebih murah
 - c. Fasilitas lebih baik dan menarik
 - d. Lainnya, sebutkan.....

LAMPIRAN B DATA MENTAH PENGUNJUNG

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	14500	40000	250000	5	168	16	1	1	0	2	4	10	1	1	5	3	3	4	4
2	5000	20000	100000	5	168	15	1	2	0	2	4	8	1	2	2	2	2	1	4
3	20000	45000	150000	6	172	16	1	2	0	2	4	8	1	3	1	3	3	2	3
4	56000	121000	1200000	10	188	34	1	1	0	1	3	15	1	1	1	1	3	1	3
5	15000	50000	300000	5	168	17	1	1	0	2	4	8	2	1	1	2	2	1	3
6	20000	100000	500000	5	180	25	1	2	0	2	4	7	1	3	1	3	4	1	3
7	18000	42000	150000	11	172	16	0	1	1	2	2	17	3	1	1	5	3	1	3
8	30000	150000	1000000	6	192	17	1	3	0	2	5	9	1	3	1	2	2	2	3
9	75000	185000	1350000	5	192	41	1	2	0	1	2	5	1	1	1	2	3	1	3
10	59000	124000	1500000	9	184	30	0	1	1	1	3	9	2	1	2	2	3	1	3
11	10000	25000	125000	5	168	15	1	2	0	1	3	7	1	1	1	2	3	1	4
12	78000	190000	1450000	11	192	26	1	1	1	1	3	10	1	1	1	1	2	1	3
13	8500	39000	250000	3	168	15	1	3	1	1	2	4	1	2	1	3	2	1	3
14	15000	40000	130000	8	168	16	1	2	1	1	3	10	2	1	1	1	3	1	3
15	20000	45000	150000	8	168	16	1	2	0	2	4	12	1	3	1	3	3	2	3
16	20000	50000	170000	5	168	16	1	2	1	1	3	6	3	2	1	1	3	2	3
17	74000	187000	1800000	3	168	16	1	1	1	1	2	15	2	1	4	2	3	1	3
18	22000	44000	600000	4	180	24	1	3	1	2	5	3	2	1	5	1	3	1	3
19	31000	90000	925000	5	168	23	1	2	1	2	5	7	2	1	2	1	3	1	3
20	110000	220000	900000	7	184	25	1	1	1	1	1	8	1	2	2	3	2	1	3
21	50000	180000	1000000	9	192	27	0	1	1	2	4	11	2	1	1	1	3	1	3
22	22000	47000	160000	5	168	17	1	2	0	2	4	7	2	1	1	1	3	1	3
23	25000	50000	180000	5	172	15	1	3	0	1	2	8	1	2	1	2	4	1	3
24	27000	50000	200000	13	168	15	1	1	1	1	2	16	1	2	1	2	2	1	3
25	6500	17500	300000	7	176	24	0	1	1	1	3	10	2	1	1	1	3	1	3
26	69500	143000	2200000	3	180	20	1	2	1	2	4	4	1	3	1	2,5	2	1	3
27	10000	30000	150000	9	168	15	0	1	0	2	5	14	3	1	1	4	2	1	3
28	15000	63000	500000	8	176	17	1	2	1	2	4	10	1	3	1	5	2	1	3
29	28000	90000	650000	4	188	23	1	2	1	2	4	6	1	3	5	4	2	1	3
30	8000	70000	200000	6	168	22	1	3	1	1	5	8	1	2	1	3	2	1	3
31	20000	75000	250000	7	168	15	1	2	0	2	4	11	1	3	1	3	2	1	4
32	50000	130000	750000	3	188	30	1	2	0	2	4	5	1	3	5	3	2	2	3
33	37000	85000	350000	2	168	23	0	1	0	2	4	8	2	1	4	2	2	1	3
34	35000	105000	450000	10	184	18	1	1	0	2	5	14	1	3	1	2	2	1	4
35	70000	180000	1250000	5	168	48	1	2	1	2	4	5	1	2	1	3	2	1	3
36	80000	200000	1500000	14	168	17	1	1	0	2	5	17	1	3	1	2	2	2	3
37	81000	190000	1500000	13	168	26	1	1	0	2	4	20	1	2	2	3	2	1	3
38	32000	69000	300000	10	168	16	1	1	0	1	5	15	1	2	1	3	2	1	3
39	12000	37000	100000	12	168	26	1	1	1	2	4	15	1	3	1	1	2	2	3

Keterangan:

- 1 = TC 1 (biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban)
- 2 = TC2 (biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci))
- 3 = Penghasilan (uang saku) pengunjung
- 4 = Jarak
- 5 = Waktu Kerja
- 6 = Umur
- 7 = Pengalaman berkunjung sebelumnya (0=belum pernah, 1=pernah)
- 8 = Jumlah kunjungan
- 9 = Jenis kelamin (0 = perempuan, 1 = laki-laki)
- 10 = Status marital (1= sudah menikah, 2= belum menikah)
- 11 = Pekerjaan (1=PNS, 2=wiraswasta, 3=petani, 4=pelajar/mahasiswa,5=lainnya)
- 12 = Lama perjalanan
- 13 = Tujuan (1=rekreasi, 2=olahraga, 3=lainnya)
- 14 = Kelompok kunjungan (1=sendirian, 2=keluarga, 3=teman/rombongan)
- 15 = Transportasi (1=motor, 2=mobil pribadi, 3=angkutan umum, 4=jalan kaki, 5=lainnya)
- 16 = Lama rekreasi
- 17 = Tingkat kepuasan (1=sangat tidak puas, 2=tidak puas, 3=biasa, 4=puas, 5=sangat puas)
- 18 = Alasan berkunjung ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban (1=Dekat rumah, 2=biaya murah, 3=fasilitas lebih baik dan menarik, 4=lainnya)

19 = Alasan berkunjung ke objek wisata Guci (1=Dekat rumah, 2=biaya murah,
3=fasilitas lebih baik dan menarik, 4=lainnya)

LAMPIRAN C HASIL ANALISIS REGRESI

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	pengalaman, Penghasilan, jarak, waktu kerja, umur, TC1, TC2	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: jumlah permintaan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.456	.517

- a. Predictors: (Constant), pengalaman, Penghasilan, jarak, waktu kerja, umur, TC1, TC2
 b. Dependent Variable: jumlah permintaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.384	7	1.483	5.553	.000 ^a
	Residual	8.282	31	.267		
	Total	18.667	38			

- a. Predictors: (Constant), pengalaman, Penghasilan, jarak, waktu kerja, umur, TC1, TC2
 b. Dependent Variable: jumlah permintaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.222	1.986		.112	.912		
	TC1	-2.1E-005	.000	-.805	-2.256	.031	.112	8.895
	TC2	4.49E-006	.000	.387	1.028	.312	.101	9.879
	Penghasilan	9.76E-008	.000	.079	.335	.740	.254	3.935
	jarak	-.093	.028	-.415	-3.272	.003	.888	1.126
	waktu kerja	.009	.012	.115	.771	.446	.639	1.564
	umur	.005	.014	.054	.358	.723	.630	1.586
	pengalaman	.787	.237	.410	3.315	.002	.935	1.070

a. Dependent Variable: jumlah permintaan

Coefficient Correlations^a

Model			pengalaman	Penghasilan	jarak	wktkrja	umur	TC1	TC2
1	Correlations	pengalaman	1.000	.049	.175	.115	.116	-.058	-.056
		Penghasilan	.049	1.000	.180	-.076	-.008	-.269	-.289
		jarak	.175	.180	1.000	.057	.140	-.137	-.074
		waktu kerja	.115	-.076	.057	1.000	-.248	.217	-.309
		umur	.116	-.008	.140	-.248	1.000	-.130	-.057
		TC1	-.058	-.269	-.137	.217	-.130	1.000	-.749
		TC2	-.056	-.289	-.074	-.309	-.057	-.749	1.000
	Covariances	pengalaman	.056	3.38E-009	.001	.000	.000	-1.3E-007	-5.8E-008
		Penghasilan	3.38E-009	8.51E-014	1.49E-009	-2.6E-010	-3.3E-011	-7.4E-013	-3.7E-013
		jarak	.001	1.49E-009	.001	1.89E-005	5.55E-005	-3.6E-008	-9.1E-009
		waktu kerja	.000	-2.59E-010	1.89E-005	.000	-4.1E-005	2.39E-008	-1.6E-008
		umur	.000	-3.26E-011	5.55E-005	-4.1E-005	.000	-1.7E-008	-3.5E-009
		TC1	-1.30E-007	-7.35E-013	-3.6E-008	2.39E-008	-1.7E-008	8.74E-011	-3.1E-011
		TC2	-5.83E-008	-3.68E-013	-9.1E-009	-1.6E-008	-3.5E-009	-3.1E-011	1.90E-011

a. Dependent Variable: jumlah permintaan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions								
				(Constant)	TC1	TC2	Penghasilan	jarak	waktu kerja	umur	pengalaman	
1	1	6.973	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.597	3.417	.00	.01	.01	.06	.02	.00	.00	.00	.03
	3	.181	6.207	.00	.00	.00	.01	.45	.00	.00	.00	.34
	4	.117	7.720	.00	.01	.00	.00	.19	.00	.00	.25	.34
	5	.071	9.887	.00	.13	.04	.87	.03	.00	.00	.05	.00
	6	.039	13.435	.01	.01	.04	.06	.28	.01	.65	.25	.25
	7	.021	18.357	.00	.79	.81	.01	.01	.00	.00	.00	.01
	8	.001	90.844	.99	.04	.10	.00	.01	.99	.03	.03	.03

a. Dependent Variable: jumlah permintaan

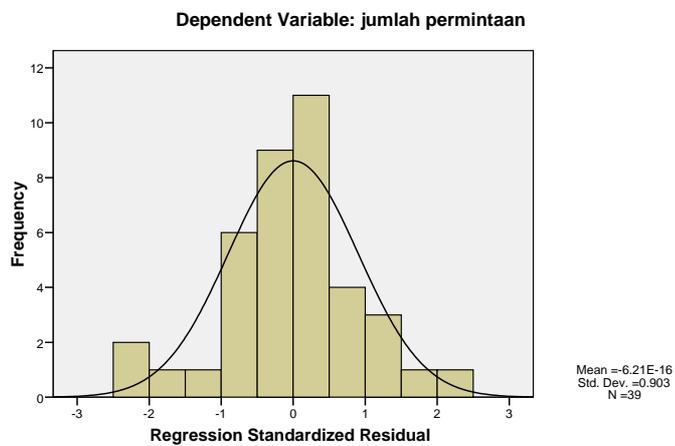
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.66	2.41	1.67	.523	39
Std. Predicted Value	-1.927	1.425	.000	1.000	39
Standard Error of Predicted Value	.126	.407	.221	.079	39
Adjusted Predicted Value	.50	2.44	1.65	.543	39
Residual	-1.087	1.110	.000	.467	39
Std. Residual	-2.102	2.147	.000	.903	39
Stud. Residual	-2.168	2.258	.011	.996	39
Deleted Residual	-1.254	1.227	.015	.577	39
Stud. Deleted Residual	-2.315	2.430	.009	1.032	39
Mahal. Distance	1.280	22.578	6.821	5.620	39
Cook's Distance	.000	.276	.031	.052	39
Centered Leverage Value	.034	.594	.179	.148	39

a. Dependent Variable: jumlah permintaan

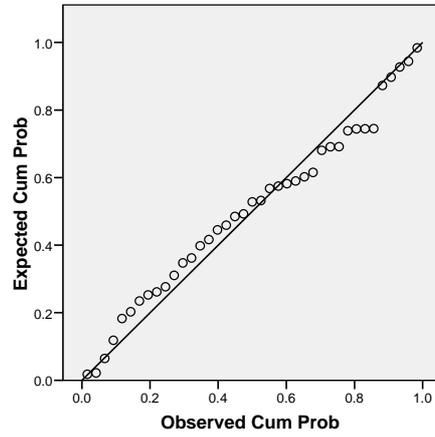
Charts

Histogram



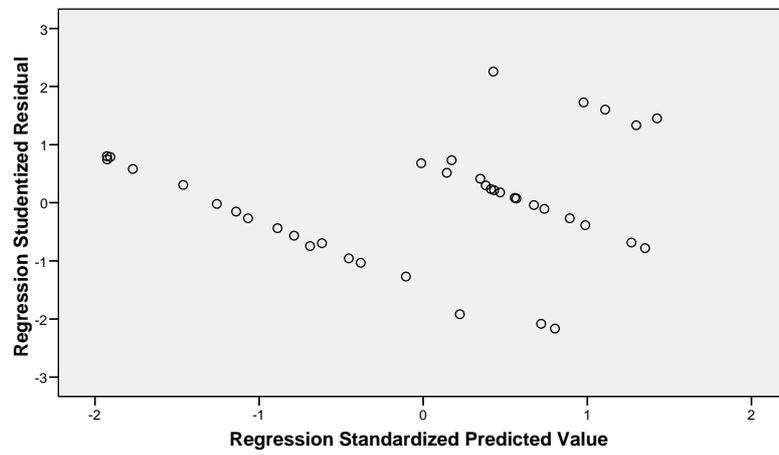
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: jumlah permintaan



Scatterplot

Dependent Variable: jumlah permintaan



LAMPIRAN D UJI GLEJSER

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	pengalaman, Penghasilan, jarak, waktu kerja, umur, TC1, TC2		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: AbsUt

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.315 ^a	.099	-.105	.32000

a. Predictors: (Constant), pengalaman, Penghasilan, jarak, waktu kerja, umur, TC1, TC2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.348	7	.050	.486	.837 ^a
	Residual	3.174	31	.102		
	Total	3.523	38			

a. Predictors: (Constant), pengalaman, Penghasilan, jarak, waktu kerja, umur, TC1, TC2

b. Dependent Variable: AbsUt

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.536	1.230		.436	.666
	TC1	-4.0E-006	.000	-.353	-.693	.493
	TC2	6.16E-007	.000	.122	.228	.821
	Penghasilan	9.02E-008	.000	.169	.499	.621
	jarak	-.014	.018	-.140	-.775	.444
	waktu kerja	-.001	.007	-.017	-.078	.938
	umur	-.004	.009	-.094	-.436	.666
	pengalaman	.135	.147	.162	.919	.365

a. Dependent Variable: AbsUt

LAMPIRAN E UJI KOLGOMOROF-SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		39
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.46685468
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.653
Asymp. Sig. (2-tailed)		.788

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN F

Hasil Regresi untuk Memperoleh Fungsi Permintaan Perhitungan Surplus Konsumen

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
jumlah kunjungan	39	1	3	1.67	.701
TC1	39	5000	110000	35358.97	26741.932
Valid N (listwise)	39				

Correlations

		jmlkunj	TC1
jumlah kunjungan	Pearson Correlation	1	-.340*
	Sig. (2-tailed)		.034
	N	39	39
TC1	Pearson Correlation	-.340*	1
	Sig. (2-tailed)	.034	
	N	39	39

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TC1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: jumlah kunjungan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.115	.091	.668

a. Predictors: (Constant), TC1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.152	1	2.152	4.822	.034 ^a
	Residual	16.515	37	.446		
	Total	18.667	38			

a. Predictors: (Constant), TC1

b. Dependent Variable: jumlah kunjungan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.981	.179		11.079	.000
	TC1	-8.9E-006	.000	-.340	-2.196	.034

a. Dependent Variable: jumlah kunjungan

LAMPIRAN G

Hasil Regresi untuk Memperoleh Fungsi Permintaan Perhitungan Surplus Konsumen

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
jumlah kunjungan	39	1	3	1.67	.701
TC1	39	5000	110000	35358.97	26741.932
Valid N (listwise)	39				

Correlations

		jmlkunj	TC1
jumlah kunjungan	Pearson Correlation	1	-.340*
	Sig. (2-tailed)		.034
	N	39	39
TC1	Pearson Correlation	-.340*	1
	Sig. (2-tailed)	.034	
	N	39	39

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TC1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: jumlah kunjungan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.115	.091	.668

a. Predictors: (Constant), TC1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.152	1	2.152	4.822	.034 ^a
	Residual	16.515	37	.446		
	Total	18.667	38			

a. Predictors: (Constant), TC1

b. Dependent Variable: jumlah kunjungan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.981	.179		11.079	.000
	TC1	-8.9E-006	.000	-.340	-2.196	.034

a. Dependent Variable: jumlah kunjungan

LAMPIRAN H PERHITUNGAN SURPLUS KONSUMEN

Fungsi permintaan diperoleh dari hasil regresi

$$D_x = Q_x = 1,981 - 0,0000089 P$$

Dengan jumlah kunjungan rata-rata sebesar 2 kali dan biaya maksimal sebesar Rp 110.000,00 (sebagai batas atas) dan biaya perjalanan minimal sebesar Rp 5.000,00 (sebagai batas bawah) maka Surplus Konsumen (SK) diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned} SK &= \int_{5.000}^{110.000} (1,981 - 0,0000089P) dP \\ &= \int_{5.000}^{110.000} (1,981P - 0,00000445P^2) \\ &= (1,981 (110.000) - 0,00000445 (110.000)^2) - (1,981 (5.000) - \\ &\quad 0,00000445 (5.000)^2) \\ &= (217.910 - 53.845) - (9.905 - 111,25) \\ &= 164.065 - 9793,75 \\ &= 154.271,25 \text{ per individu per tahun} \\ &= 77.135,63 \text{ per individu tiap 1 kali kunjungan} \end{aligned}$$

$$\text{Nilai Total Ekonomi} = SK \times \text{Jumlah kunjungan}$$

$$= 154.271,25 \times 18.534$$

$$= 2.859.263.348$$