

**ANALISIS PERMINTAAN KUNJUNGAN  
OBJEK WISATA  
KAWASAN DATARAN TINGGI DIENG  
KABUPATEN BANJARNEGARA**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**Deva Millian Satria Yuwana  
NIM. C2B605122**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2010**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Deva Millian Satria Yuwana  
Nomor Induk Mahasiswa : C2B605122  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi / IESP  
Judul Usulan Penelitian Skripsi : **Analisis Permintaan Kunjungan Objek  
Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng  
Kabupaten Banjarnegara**  
Dosen Pembimbing : Achma Hendra Setiawan, SE, M.Si

Semarang, Oktober 2010

Dosen Pembimbing,

(Achma Hendra Setiawan, SE, M.Si)

NIP. 19690510 1997021001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Deva Millian Satria Yuwana  
Nomor Induk Mahasiswa : C2B0605122  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / IESP  
Judul Skripsi : **Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata  
Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten  
Banjarnegara**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 8 Oktober 2010**

Tim Penguji

1. Achma Hendra Setiawan, SE, M.Si ( )
2. Evi Yulia Purwanti, SE, M.Si ( )
3. Nenik Woyanti, SE, M.Si ( )

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Deva Millian Satria Y. menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara, 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 simbol 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 melakukan 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, Oktober 2010  
Yang membuat pernyataan,

Deva Millian Satria Y.  
NIM : C2B605122

## HALAMAN MOTTO

**“ALLAH TIDAK AKAN MEMBEBANI SESEORANG  
MELAINKAN SESUAI DENGAN  
KEMAMPUANNYA”  
(QS. AL MU’MINUN:62)**

**“DAN BERSAMA KESUKARAN PASTI ADA  
KEMUDAHAN”  
(Q. S. ASY. SYARH : 6)**

**“ADA SAATNYA MENANGIS DAN BERSEDIH,  
ADA SAATNYA TERSENYUM DAN TERTAWA,  
KARENA TUHAN MENJADIKAN SEGALA  
SESUATU INDAH PADA WAKTUNYA”**

**“ BERUSAHALAH UNTUK TIDAK MENJADI  
MANUSIA YANG BERHASIL, TETAPI  
BERUSAHALAH MENJADI MANUSIA YANG  
BERGUNA “  
(ALBERT EINSTEIN)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini kupersembahkan untuk Ibu Lis Handayani dan Bapak Djuwono yang telah merawat, membesarkan dan mendidik aku beserta adik-adikku. Semoga Gusti Allah selalu menuntun dan membimbing kami semua.**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena berkat limpahan Rahmat, Taufiq, Hidayah serta Inayah-Nya penulis sampai saat ini masih diberikan bermacam kenikmatan tiada ternilai harganya hingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara”. Adalah suatu hal yang mustahil tentunya bila skripsi ini dapat selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis bermaksud mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro beserta Staf pengajar, Staf Administrasi, Tata Usaha serta Staf keamanan dan pihak-pihak intern Fakultas yang lain yang selama ini membantu proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Achma Hendra Setiawan SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingan, solusi, dan kebijaksanaannya selama ini.
3. Ibu Evi Yulia Purwanti, SE, M.Si selaku Koordinator Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Terimakasih atas kebijaksanaan serta motivasinya kepada Penulis.
4. Ibu Johanna Maria Kodoatie, SE, M.Ec, Ph.D selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu dalam kegiatan akademis selama Penulis belajar di Fakultas Ekonomi Undip.
5. Ayah dan Ibu, atas segala kepercayaan, dukungan, materi, fasilitas, serta tak lupa terimakasih atas doanya .
6. Saudara-Saudariku, Dik Listi, Dik Tasya, Dik Ida, Mbak Ara, Mas Anto, Mbak Suni, terimakasih atas dukungan serta motivasinya.
7. Petugas Dinas Pariwisata Kabupaten Banjarnegara yang telah banyak membantu penulis dalam perolehan data.
8. Pengelola Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng, terima kasih telah banyak membantu penulis selama ini.

9. Teman-teman IESP 05 yang sudah lulus, Prist, Glor, Wiwid, Ria, Antok, Edwin, Hafid, dan Panji selamat sudah jadi Sarjana Ekonomi dan terima kasih atas dukungan moril dan spirituilnya (kehidupan nyata menanti kalian diluar sana).
10. Seluruh keluarga besar IESP 05 Cholif, Pipit, Hera, Indah, Ruth, Roni, Ariska, Fita, Dini, Mbak Dinar, Gadang, Andi, Andri, Prima, Reza, Hawik, Iwan, Bono, Candra, Ibonk, Bowo, Pradana, Gilang, Yardin, Naning (gak nyesel punya teman seperti kalian, ayo cepetan lulus semuanya).
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan kuliah penulis dari awal sampai akhir.

Akhirnya penulis ikut mendo'akan semoga semua amal kebaikan pihak-pihak sebagaimana tercantum diatas mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya mempunyai banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dari pembaca sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang budiman.

Semarang, Oktober 2010

Deva Millian Satria Y.

C2B605122

## **ABSTRAK**

Dataran Tinggi Dieng merupakan objek wisata andalan Jawa Tengah dengan keindahan panorama, kekayaan sejarahnya dan potensi-potensi yang memungkinkan objek ini untuk terus berkembang. Potensi dan kekayaan alam yang terdapat di Dataran Tinggi Dieng ini tidak didukung dengan pengelolaan yang baik dan kebersihan lingkungan sekitar objek wisata yang kurang diperhatikan. Selain itu salah satu objek utama di kawasan Dataran Tinggi Dieng yaitu Telaga Warna sudah tidak memancarkan warna seindah dahulu lagi karena adanya ulah manusia dalam memanfaatkan kandungan mineral yang terkandung didalamnya. Hal inilah yang diduga menyebabkan tingkat kunjungan wisata di Dataran Tinggi Dieng semakin berkurang, dan Dataran Tinggi Dieng seolah kalah pamor dengan daerah wisata lainnya di Jawa Tengah. Oleh sebab itu penelitian ini mencoba untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng.

Alat analisis dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng sebagai variabel dependen, sementara terdapat lima variabel sebagai variabel independen, yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan menuju objek wisata lain (Baturaden), umur pengunjung, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima variabel independen dalam persamaan regresi, dua diantaranya tidak signifikan yaitu variabel umur dan variabel jarak. Hal ini dilihat dari probabilitas signifikansi yang jauh dibawah tingkat signifikansi yang sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng secara parsial dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan pengunjung menuju objek wisata lain (Baturaden) dan variabel penghasilan rata-rata per bulan.

**Kata Kunci :** Permintaan Objek Wisata, Biaya Perjalanan, Dataran Tinggi Dieng

## **ABSTRACT**

*Dieng Plateau represent a mainstay of tourism attractions in Central Java with beautiful scenery, richness of history and their potentials that allow these place to continue to grow. Potential and natural richness that contained in the Dieng Plateau is not supported with good management and lack of attention for cleanliness of the environment around a tourist attraction. In the other side, one of the main objects of the Dieng Plateau namely "Telaga Warna" are not as beautiful as the first color radiates again because of human activities in exploiting the mineral content contained there. This is what is thought to cause visited levels in the Dieng Plateau tour less and less, and Dieng Plateau seemed overshadowed by other tourist areas in Central Java. Therefore, this study tried to determine the factors that influence the number of tourist visit to Dieng Plateau.*

*Analysis methods in this research are multiple linear regression with the number of tourist visits to the Dieng Plateau as the dependent variable, while there are five variables as independent variables, namely the cost of a ttravel to a tourist attraction in Dieng Plateau, the cost of travel to other tourist attractions (Baturaden), age of visitors, average income per month and the distance.*

*The results showed that of the five independent variables included in the regression calculation, two of which are insignificant variables are age of visitors and distance variables. It is seen from the probability of significance which is far below the significance level of 0.05 so that it can be concluded that the variable number of tourist visit Dieng Plateau is partially influenced by the cost of a ttravel to a tourist attraction in Dieng Plateau, the cost of travel to other tourist attractions (Baturaden) and variable average income per month.*

*Keyword : Demand of Tourist Attractions, Travel Cost, Dieng Plateau*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Judul .....	ii
Halaman Persetujuan Skripsi.....	iii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian Skripsi .....	iv
Pernyataan Orisinalitas Skripsi .....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Abstraksi.....	x
<i>Abstract</i> .....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan.....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. Teori permintaan .....	13
2.1.2. Pengertian Pariwisata .....	16
2.1.3. Jenis Pariwisata .....	18
2.1.4. Konsep dan Objek Pariwisata .....	22
2.1.5. Aspek Ekonomi Pariwisata .....	23
2.1.6. Permintaan Pariwisata .....	24
2.2. Penelitian terdahulu.....	37
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	41
2.4. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	44
3.1.1. Variabel Penelitian .....	44
3.1.2. Definisi Operasional .....	44
3.2. Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1. Populasi .....	46
3.2.2. Sampel .....	46
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	47
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	48
3.5. Metode Analisis Data .....	48
3.5.1. Model Regresi .....	48
3.5.2. Uji Asumsi Klasik .....	50
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas .....	50

3.5.2.2 Uji Autokorelasi .....	51
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.5.2.4 Uji Normalitas .....	52
3.5.3. Uji Statistik .....	53
3.5.3.1 Uji Signifikansi Individu (Uji t).....	53
3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	56
3.5.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58
4.1.1 Gambaran Umum Dataran Tinggi Dieng .....	58
4.2. Gambaran Umum Responden .....	72
4.3. Deskripsi Variabel.....	76
4.4. Analisis Data dan Pembahasan .....	80
4.4.1 Analisis Uji Asumsi Klasik .....	80
4.4.1.1 Uji Normalitas .....	80
4.4.1.2 Uji Heteroskedastisitas .....	81
4.4.1.3 Uji Autokorelasi .....	82
4.4.1.4 Uji Multikolinearitas .....	82
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	83
4.4.3 Pengujian Hipotesis	
4.4.3.1 Uji F.....	84
4.4.3.2 Uji $R^2$ .....	86
4.4.3.3 Uji t.....	86
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran .....	95
<b>Daftar Pustaka</b> .....	97

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.1 Data Pengunjung Domestik dan mancanegara Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng 2001-2008 .....	5
Tabel 4.1 Luas Wilayah Penelitian .....	59
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	73
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Alat Transportasi yang Digunakan	75
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Wisata .....	76
Tabel 4.7 Distribusi Responden Menurut Biaya per Satu Kunjungan .....	77
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Biaya Pengunjung ke Objek Wisata Lain .....	78
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan .....	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Langrange Multiplier</i> .....	82
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Auxiliary Regression</i> .....	83
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Regresi .....	84

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Konsumsi dan Waktu Menganggur .....	27
Gambar 2.2 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya.....	29
Gambar 2.3 Tempat Tujuan Wisata Komplementer .....	31
Gambar 2.4 Tempat Tujuan Wisata Substitusi.....	32
Gambar 2.5 Pengaruh Kenaikan Pendapatan terhadap Konsumsi Pariwisata	34
Gambar 2.6 Pengaruh Penurunan Harga terhadap Konsumsi Pariwisata .....	36
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
Gambar 4.1 Deretan Candi Arjuna.....	61
Gambar 4.2 Area Candi Gatutkaca .....	62
Gambar 4.3 Candi Bima.....	63
Gambar 4.4 Candi Dwarawati .....	64
Gambar 4.5 Museum Purbakala .....	65
Gambar 4.6 Kawah Sikidang .....	66
Gambar 4.7 Kawah Sileri .....	67
Gambar 4.8 Kawah Candradimuka .....	68
Gambar 4.9 Sumur Jalatunda .....	69
Gambar 4.10 Telaga Merdada .....	70
Gambar 4.11 Telaga Balekambang .....	71
Gambar 4.12 Sumber Air Panas Bitingan .....	72

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran A Data Mentah
- Lampiran B Hasil Regresi Utama
- Lampiran C Uji Asumsi Klasik
- Lampiran D Kuesioner

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (I Gede Wiyasa, 1997 dalam Budisusetio, 2004).

Pariwisata di Indonesia pada dasawarsa ini mulai menunjukkan perkembangan dan pertumbuhan menjadi sebuah industri yang berdiri sendiri. Namun yang masih harus diperhatikan bersama bahwa sampai sejauh ini kesadaran dan pengertian tentang pariwisata belum sampai menyentuh masyarakat secara umum.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat sumber daya alam yang berlimpah, baik daratan, udara, maupun di perairan. Selain itu, Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki keaneragaman budaya dan mempunyai nilai sejarah yang tinggi.

Hal itu terwujud dari banyaknya peninggalan-peninggalan sejarah di berbagai tempat. Semua potensi tersebut mempunyai peranan yang penting bagi pengembangan kepariwisataan khususnya wisata alam dan wisata yang menilai sejarah.

Perkembangan yang terjadi saat ini, pada dunia kepariwisataan menunjukkan *trend* yang positif sehingga menimbulkan rasa optimis yang dalam bagi mereka yang bergerak di sektor pariwisata dengan ditunjang oleh pengembangan teknologi yang modern di bidang komunikasi serta transportasi.

Menurut pendapat Muhammad Tahwin (2003), memasuki abad ke-duapuluh ditandai oleh pengembangan teknologi yang *hypermodern*. Oleh karena kemungkinan teknologi yang tidak terbatas itu, maka akan terjadi juga perubahan yang sangat pesat dalam struktur sosial dengan segala fenomenanya. Sehingga perlu sekali untuk mengadakan suatu perencanaan dengan melihat jauh ke depan untuk menghindari bahaya akan keterlambatan terhadap perkembangan yang sebenarnya.

Memasuki abad ke-21 secara nasional dunia kepariwisataan memulai babak baru setelah dihantam berbagai kendala sebagai imbas dari krisis ekonomi yang membawa kondisi kepariwisataan pada titik pertumbuhan terendah selama dua dekade terakhir ini. Memulai program penyelamatan (*rescue program*) yang dilaksanakan pemerintah ditengah-tengah krisis (1997-1998), sektor pariwisata secara bertahap mulai pulih dengan makin hidupnya berbagai aktivitas yang merupakan komponen dalam industri pariwisata (Muhammad Tahwin, 2003).

Dengan diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004, UU No. 33 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah.

Dari sudut sosial, di mana kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Hubungannya dengan kegiatan para wisatawan dalam negeri, maka pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotivasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa. Selain itu juga, pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Segi ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah yang bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kecenderungan perkembangan dunia pariwisata mulai meninggalkan konsep pariwisata massal dan mengarah pada konsep pariwisata lingkungan (*ecotourism*), dimana keaslian potensi kekayaan alam dan peran serta masyarakat

setempat dibutuhkan. Dataran Tinggi Dieng merupakan salah satu objek wisata andalan Provinsi Jawa Tengah yang secara administratif terletak di dua kawasan yaitu, Kawasan Dieng Kulon (Dieng Barat) yang terletak di Kabupaten Banjarnegara dan Kawasan Dieng Wetan (Dieng Timur) yang terletak diwilayah Kabupaten Wonosobo, Provinsi Jawa Tengah.

Dataran Tinggi Dieng terletak disebelah timur laut kota Banjarnegara, kurang lebih 50 Km, merupakan daerah tujuan wisata nomor 2 di Jawa Tengah setelah Candi Borobudur. Dataran Tinggi Dieng terletak tepat di perbatasan antara Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Wonosobo. Wilayah terbesar Dataran Tinggi Dieng ada di Kabupaten Banjarnegara, namun untuk menuju kesana paling mudah dicapai dari Kabupaten Wonosobo. Dataran Tinggi Dieng merupakan dataran yang paling tinggi di Jawa Tengah yaitu pada ketinggian 2.093 meter diatas permukaan air laut dengan suhu siang hari 15<sup>0</sup>C dan 10<sup>0</sup>C pada malam hari (Dina Kartianingsih, 2005).

Kawasan Dataran Tinggi Dieng merupakan sebuah kompleks gunung berapi dengan kerucut-kerucutnya terdiri dari Bisma, Seroja, Binem, Panganan Merdada, Pagerkandang, Telogo Dringo, Pakuwaja, Kendil. Kunir dan Prambanan. Lapangan fumarola terdiri atas Kawah Sikidang, Kawah Kumbang, Kawah Sibanteng, Kawah Upas, Telogo Terus, Kawah Pagerkandang, Kawah Sipandu, Kawah Siglagah dan Kawah Sileri. Di dalam Dataran Tinggi Dieng ini terdapat berbagai macam kompleks objek wisata antara lain Kompleks Candi Pandawa, Kawah Sikidang, Goa Semar, Telaga Warna, *Dieng Vulcanic Theater* dan lain-lain (<http://www.bluefameforum.com>).

Berikut adalah Tabel jumlah pengunjung, persentase, dan pertumbuhan objek wisata Dataran Tinggi Dieng selama tahun 2001-2008 :

**TABEL 1.1**  
**DATA JUMLAH PENGUNJUNG, PERSENTASE, DAN PERTUMBUHAN**  
**WISATAWAN DOMESTIK DAN MANCANEGERA**  
**OBJEK WISATA**  
**DATARAN TINGGI DIENG**  
**TAHUN 2001 – 2008**

Tahun	Wisatawan						Jumlah
	Wisatawan Domestik (Orang)	Persentase (%)	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara (Orang)	Persentase (%)	Pertumbuhan (%)	
2001	64.209	91,4	-	6.024	8,6	-	70.233
2002	58.395	88,3	(9,05)	7.727	11,7	28,27	66.122
2003	60.812	94,0	4,13	3.385	6,0	(56,19)	64.677
2004	66.857	92,7	9,94	4.920	7,3	45,34	71.777
2005	62.680	91,6	(6,24)	5.695	8,4	15,75	68.375
2006	52.166	91,1	(16,77)	5.062	8,9	(11,11)	57.228
2007	70.833	96,1	35,78	2.874	3,9	(43,22)	73.707
2008	65.217	94,6	(7,92)	3.715	5,4	29,26	68.932

Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Banjarnegara, data diolah

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat data pengunjung domestik dan mancanegara di Dataran Tinggi Dieng selama tahun 2001-2008 menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Walaupun kunjungan masih didominasi wisatawan domestik pada tiap tahunnya namun angkanya berfluktuasi sepanjang tahun 2001 hingga 2008.

Kunjungan wisatawan domestik terbesar terjadi pada tahun 2007 sebanyak 70.833 orang atau sebesar 96,1 persen dari total kunjungan di Dataran Tinggi Dieng, sedangkan kunjungan wisatawan domestik terendah terjadi pada tahun 2002 sebesar 58.395 orang atau sebesar 88,3 persen dari total kunjungan di Dataran Tinggi Dieng.

Pada wisatawan mancanegara, walaupun rata-rata kunjungan wisatawan asing ini dibawah 10 persen dari total kunjungan di Dataran Tinggi Dieng, namun nilai kunjungan wisatawan mancanegara ini menunjukkan nilai yang berfluktuasi sepanjang tahun 2001 hingga tahun 2008.

Kunjungan wisatawan mancanegara terbesar terjadi pada tahun 2002 sebanyak 7.727 orang atau sebesar 11,7 persen dari total kunjungan di Dataran Tinggi Dieng, sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara terendah terjadi pada tahun 2007 sebesar 2.874 orang atau sebesar 3,9 persen dari total kunjungan di Dataran Tinggi Dieng.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat pula bahwa nilai pertumbuhan kunjungan wisata di Dataran Tinggi Dieng juga menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Pada wisatawan domestik tingkat pertumbuhan tertinggi berada pada pertumbuhan dari tahun 2006 ke 2007 yaitu dari 52.166 orang di tahun 2006 menjadi 70.833 orang di tahun 2007 atau sebesar 35,78 persen. Sedangkan tingkat pertumbuhan terendah pada kunjungan wisatawan domestik berada pada pertumbuhan dari tahun 2005 ke tahun 2006. Jumlah kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2005 adalah sebesar 62.680 orang untuk selanjutnya turun menjadi sebesar 52.166 orang di tahun 2006 atau dengan tingkat pertumbuhan negatif sebesar 16,77 persen.

Pada wisatawan mancanegara, tingkat pertumbuhan kunjungan di Dataran Tinggi Dieng juga berfluktuasi sepanjang tahun 2001 hingga tahun 2008. Tingkat pertumbuhan kunjungan tertinggi tertinggi berada pada pertumbuhan dari tahun 2003 ke 2004 yaitu dari 3.385 orang di tahun 2003 menjadi 4.920 orang di tahun

2004 atau sebesar 45,34 persen, sedangkan tingkat pertumbuhan terendah pada kunjungan wisatawan mancanegara berada pada pertumbuhan dari tahun 2002 ke tahun 2003. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2002 adalah sebesar 7.727 orang untuk selanjutnya turun menjadi sebesar 3.385 orang di tahun 2003 atau dengan tingkat pertumbuhan negatif sebesar 56,19 persen.

Potensi dan kekayaan alam yang terdapat di Dataran Tinggi Dieng ini tidak didukung dengan pengelolaan yang baik dan kebersihan lingkungan sekitar objek wisata yang kurang diperhatikan. Selain itu salah satu objek utama di kawasan Dataran Tinggi Dieng yaitu Telaga Warna sudah tidak memancarkan warna seindah dahulu lagi karena adanya ulah manusia dalam memanfaatkan kandungan mineral yang terkandung didalamnya. Hal inilah yang diduga menyebabkan tingkat kunjungan wisata di Dataran Tinggi Dieng semakin berkurang, dan Dataran Tinggi Dieng seolah kalah pamor dengan daerah wisata lainnya di Jawa Tengah.

Permintaan pariwisata akan dipengaruhi oleh keadaan wisatawan dan keadaan objek wisata tersebut. Keadaan wisatawan meliputi pendapatan, umur, jarak ke objek wisata, dan hal lainnya. Kemudian keadaan objek wisata meliputi harga objek wisata tersebut dan objek wisata lain sebagai perbandingan, sarana dan prasarana lain yang mendukung peningkatan permintaan pariwisata, kebersihan, dan hal lainnya.

Harga suatu objek wisata meliputi biaya perjalanan ke objek wisata tersebut, harga tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya membeli cinderamata, dan sebagainya. Harga suatu objek wisata ini mencerminkan

seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan suatu individu untuk memperoleh *utility* pada suatu objek wisata.

Sedangkan tingkat pendapatan mencerminkan seberapa besar penghasilan yang diterima individu pada tiap bulannya, semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang keinginan untuk melakukan perjalanan wisata juga semakin tinggi dikarenakan kecenderungan seseorang dengan pendapatan tinggi yang bekerja dengan jam kerja yang juga tinggi akan memanfaatkan waktu senggang (*Leisure Time*) dengan melakukan perjalanan wisata (Budisusetio, 2004).

Usia seseorang juga menjadi hal penting dalam penentuan keinginan seseorang untuk melakukan aktivitas wisata. Semakin meningkat usia seseorang, semakin banyak aktivitas seseorang, semakin tinggi pula keinginan untuk *refresh* kembali jiwa dan raganya setelah melakukan berbagai rutinitas pekerjaannya. Demikian pula jarak juga merupakan hal yang menjadi pertimbangan seseorang untuk melakukan aktivitas wisata. Semakin dekat jarak suatu objek wisata dengan suatu individu semakin besar pula keinginan seseorang untuk berwisata ke objek wisata tersebut.

Pemanfaatan sumber daya alam dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan pariwisata di suatu objek wisata tersebut seperti pengembangan pariwisata yang dilakukan di kawasan Dataran Tinggi Dieng. Namun tidak serta merta pemanfaatan sumber daya alam yang bertujuan untuk pembangunan di kawasan objek wisata dilakukan tanpa mengindahkan kelestarian sumber daya alam di suatu objek wisata tertentu. Karena dengan rusaknya sumber daya alam pada objek wisata tertentu akan sangat berpengaruh pada keinginan wisatawan

untuk membayar (*willingness to pay*) pada objek wisata tersebut. Berdasar hal tersebut, pada makalah ini penulis ingin melihat bagaimana keinginan wisatawan untuk membayar objek wisata Dataran Tinggi Dieng dan faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Dataran Tinggi Dieng.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, wisata Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Potensi besar objek wisata Dataran Tinggi Dieng dapat dilihat seperti keindahan dan kekayaan panorama alam, wisata alam yang eksotik, dan wisata budaya memiliki daya tarik tersendiri dengan ditambah potensi kandungan mineral baik di Telaga Warna ataupun berbagai kawah yang ada di kawasan Dataran Tinggi Dieng. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh objek wisata Dataran tinggi Dieng antara lain :

1. Terjadinya tren menurun dalam jumlah kunjungan baik pada wisatawan lokal ataupun mancanegara dari tahun ke tahun di objek wisata Dataran Tinggi Dieng
2. Kurangnya fasilitas yang menunjang serta masih kurang didukung oleh kemudahan akses untuk mencapai lokasi wisata tersebut, di mana jumlah dan frekuensi keberangkatan alat transportasi umum menuju objek wisata Dataran Tinggi Dieng dari Kabupaten Banjarnegara rendah.
3. Kurangnya promosi wisata dalam skala nasional dan internasional. Untuk mengembangkan kepariwisataan setelah menelaah potensi yang dimiliki.

Berdasarkan permasalahan diatas maka perlu diadakan studi untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mendorong masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng.

Berdasarkan dari penjelasan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh Biaya Perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng ?
2. Bagaimana pengaruh Biaya Perjalanan Ke Objek Wisata Lain (Kawasan Baturaden) terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng ?
3. Bagaimana pengaruh Umur terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng?
4. Bagaimana pengaruh Tingkat Penghasilan per Bulan terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng ?
5. Bagaimana pengaruh Jarak terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Biaya Transportasi Ke Dataran Tinggi Dieng terhadap jumlah kunjungan wisata di Dataran Tinggi Dieng.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Biaya Transportasi Ke Objek Wisata Lain terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng.

3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Umur terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Tingkat Penghasilan per Bulan terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng.
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Jarak terhadap jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengelola objek wisata kawasan Dataran Tinggi Dieng mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng dan merumuskan kebijakan-kebijakan di masa yang akan datang.
2. Sebagai bahan referensi studi tentang kepariwisataan serta sebagai sumbang saran bagi instansi atau lembaga yang berwenang dalam rangka membimbing pengembangan pariwisata di Kabupaten Banjarnegara.

### **1.4 Sistematika Penulisan**

Agar pembahasan skripsi ini dapat dipahami secara jelas, maka penulis membagi skripsi ini dalam 5 (lima) bab sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dari studi ini yang selanjutnya dirumuskan permasalahan penelitian berupa pertanyaan kajian. Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dikemukakan tujuan dan

kegunaan penelitian. Pada bagian terakhir dalam bab ini akan dijabarkan sistematika penulisan.

## 2. BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan penentuan hipotesis awal yang akan diuji.

## 3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta definisi operasionalnya, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

## 4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian. Selain itu bab ini juga menguraikan mengenai analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dan pembahasan mengenai hasil analisis dari objek penelitian.

## 5. Bab V Penutup

Bab ini adalah bab terakhir, bab yang menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan, serta saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Sementara menurut Suryawati (2002) dalam bukunya Teori Ekonomi Mikro, permintaan didefinisikan sebagai banyaknya suatu komoditi yang ingin dibeli dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu saat tertentu. Secara sederhana fungsi permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dirumuskan sebagai:

$$D_x = f(P_x) \dots\dots\dots (1)$$

Fungsi tersebut dapat diartikan yaitu bahwa jumlah barang x yang diminta dipengaruhi oleh harga barang x, dimana  $D_x$  adalah jumlah barang x yang diminta konsumen dan  $P_x$  adalah harga barang x yang diminta konsumen.

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan akan sesuatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi (Boediono, 1999). Menurut Boediono, permintaan suatu barang dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang lain yang mempengaruhi, pendapatan, selera.

Fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_y, M, S) \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

- $D_x$  = Permintaan barang
- $P_x$  = Harga barang itu sendiri
- $P_y$  = Harga barang lain yang mempengaruhi
- $M$  = Pendapatan
- $S$  = Selera

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut Miller dan Meiners dalam Teori Mikro Ekonomi (2000), adalah sebagai berikut :

- 1) Harga
- 2) Harga barang-barang lain yang berkaitan
- 3) Pendapatan
- 4) Selera atau preferensi konsumen
- 5) Perubahan Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan

### **1. Harga**

Pengaruh perubahan harga terhadap jumlah barang yang diminta dijelaskan melalui hukum permintaan. Ada dua sebab mengapa dari harga dan jumlah barang yang diminta terkait sedemikian rupa, pertama karena perubahan harga relatif mendorong konsumen merubah penggunaan barang yang satu dengan barang yang lainnya. Jadi perubahan harga relatif sendiri yang mendorong efek penggantian, yang menyebabkan konsumen mengganti barang yang harganya mahal dengan harga yang relatif lebih murah. Kedua, perubahan harga nominal suatu barang mengakibatkan berubahnya pendapatan riil atau jumlah barang yang dapat dibeli oleh konsumen. Dengan kata lain kenaikan harga menyebabkan

pendapatan riil para pembeli berkurang, sehingga memaksa pembeli untuk mengurangi pembeliannya ke berbagai jenis barang terutama barang yang mengalami kenaikan harga (efek pendapatan) (Sadono Sukirno, 1996 : 77).

## **2. Harga Barang-barang yang Berkaitan**

Substitusi (mengganti) dan komplementer (melengkapi) 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 sedangkan harga barang X tetap, konsumen akan membeli barang Y lebih banyak dan membeli lebih sedikit barang X. 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 (Miller dan Meiners, 2000).

## **3. Pendapatan**

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga (Miller dan Meiners, 2000).

## **4. Selera dan Preferensi**

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang

diminta atau diinginkan. Selera seseorang dapat dipengaruhi oleh, misalnya umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin (Miller dan Meiners, 2000).

## **5. 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 persen per tahun dan dugaan akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif pada sumbu vertikal) (Miller dan Meiners, 2000).

### **2.1.2 Pengertian Pariwisata**

Pengertian pariwisata dalam perkembangannya mengalami sebuah proses pergeseran definisi dari konvensional sampai definisi modern yang saat ini sering dipakai secara konvensional adalah perjalanan yang dilakukan yang tidak dikaitkan dengan maksud-maksud lain kecuali hanya untuk mengisi waktu-waktu luang masa liburan.

Menurut Spillane (1989) dalam Irma dan Indah (2004) pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendatangkan kesenangan, mencari kepuasan, mencari sesuatu dan memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Sementara menurut Keputusan Menteri Dalam Negeri (Kepmendagri) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok sebagai usaha untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensional budaya, alam, dan ilmu yang sifatnya sementara.

Menurut Sirsang dalam Budisusetio (2004), pariwisata adalah kegiatan yang tidak sekedar untuk bersenang-senang atau melakukan perjalanan dan melepaskan diri dari rutinitas kerja namun selain itu dalam kegiatan tersebut juga terkandung banyak unsur marginalisasi terhadap pihak lemah melalui berbagai cara mulai dari yang bersifat *soft*, misalnya kerja sama manajemen internasional dan pinjaman dana investasi sampai pada penggusuran dan sebagainya.

Menurut Prof. Salah Wahab (1995) pariwisata adalah suatu perjalanan wisata yang tidak dikaitkan dengan keperluan atau maksud lain selain mengisi waktu luang dalam mengisi masa liburan. Pengertian yang dikemukakan tersebut merupakan pengertian pariwisata murni sedangkan dalam pengertian modern, pariwisata adalah suatu perjalanan termasuk perjalanan pariwisata. Pendapat ini muncul dari pemikiran bahwa sebagian orang mengaitkan perjalanan dinas dengan perjalanan pariwisata, dengan asumsi bahwa setelah urusan dinas selesai maka sebagian waktunya digunakan untuk menyaksikan objek dan atraksi wisata ditempat yang dikunjungi sehingga muncul istilah *bussiness tourist*. Masih menurut Prof. Salah Wahab (1995), pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di negara penerima wisatawan.

### 2.1.3 Jenis Pariwisata

Ada berbagai macam jenis pariwisata menurut Spillane (1989) dalam Irma Alfia Salma dan Indah Susilowati (2004), diantaranya adalah :

1. *Pleasure tourism*, yaitu pariwisata untuk menikmati perjalanan.

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

2. *Recreation tourism*, yaitu pariwisata untuk tujuan rekreasi.

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 kelelahannya.

3. *Cultural tourism*, yaitu pariwisata untuk kebudayaan.

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

4. *Sports tourism*, yaitu pariwisata untuk tujuan olahraga.

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

5. *Business tourism*, yaitu pariwisata untuk urusan dagang besar.

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

6. *Convention tourism*, yaitu pariwisata untuk konvensi.

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

Jika dilihat dari jenis pariwisata menurut Spillane diatas, maka objek wisata Dataran Tinggi Dieng termasuk dalam jenis *pleasure tourism* karena objek wisata Dataran Tinggi Dieng merupakan objek wisata yang bisa digunakan untuk mencari udara segar, mengendorkan ketegangan syarafnya, dan menikmati keindahan alam.

Selain itu objek wisata Dataran Tinggi Dieng juga termasuk dalam jenis *cultural tourism* karena objek wisata Dataran Tinggi Dieng merupakan objek wisata yang bisa digunakan untuk mengetahui/belajar mengenai sejarah kebudayaan di masa lalu.

Sedangkan menurut Henky Hermantoro (2001) membedakan pariwisata menurut objeknya menjadi 8 jenis yaitu :

1. *Cultural tourism*, adalah jenis pariwisata dimana motivasi orang-orang yang melakukan perjalanan karena adanya daya tarik dari seni budaya suatu daerah atau tempat tertentu. Jadi objek kunjungannya adalah warisan nenek moyang berupa benda-benda kuno atau situs-situs kuno yang memiliki nilai sejarah. Contoh: Candi Borobudur.
2. *Natural tourism*, adalah kegiatan pariwisata yang menjual keindahan alam untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung menikmati alamnya, udaranya dan segala fasilitas yang ada didalamnya. Objek wisata ini biasanya mempunyai daerah penyangga, contohnya : Gunung Ungaran dengan Gedong Songo-nya yang memiliki wisata Bandungan sebagai daerah wisata penyangga.
3. *Technological tourism*, adalah jenis pariwisata yang menyajikan teknologi-teknologi yang ada namun langka atau tidak mudah mendapatkannya baik berupa teknologi modern maupun teknologi yang telah kuno. Misalnya: Museum Kereta Api Kuno di Ambarawa.
4. *Historical tourism*, adalah jenis pariwisata yang biasanya merupakan monumen atau tugu untuk mengingat suatu peristiwa heroik yang pernah terjadi di daerah tersebut. Contoh: Monumen Palagan Ambarawa, Monumen Pancasila Sakti di Lubang Buaya Jakarta.

5. *Agro wisata*, adalah perjalanan wisata yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perikanan, ladang pembibitan dan sebagainya. Untuk jenis pariwisata ini, wisatawan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi atau menikmati segarnya daerah pertanian, tanaman yang beraneka ragam jenis dan warnanya, proses pembibitan berbagai macam tanaman dan sebagainya. Misalnya: Agro Tlogo di Kabupaten Semarang.
6. *Recuperational tourism*, jenis pariwisata ini sama dengan pariwisata kesehatan. Tujuan orang-orang tersebut berwisata adalah untuk menyembuhkan penyakit. Contoh: Pemandian air panas di Ciater.
7. *Religion tourism*, perjalanan wisata yang dilakukan bertujuan untuk melihat atau menyaksikan dan mengikuti upacara-upacara keagamaan atau juga untuk mendatangi tempat-tempat tertentu yang dianggap memiliki nuansa agamis yang begitu kental. Contoh: Ziarah Walisongo.
8. *Shopping tourism*, adalah jenis pariwisata yang menonjolkan sisi penjualan produk tertentu khas dari wilayah tersebut. Misalnya: PKL (Pedagang Kaki Lima) di Jalan Malioboro Yogyakarta ataupun kerajinan perak di Kotagede Yogyakarta.

Jika dilihat dari jenis pariwisata menurut Ir. Henky Hermantoro di atas, maka objek wisata Dataran Tinggi Dieng termasuk dalam jenis *cultural tourism* dan *natural tourism* karena objek wisata Dataran Tinggi Dieng merupakan suatu objek

wisata yang mengandalkan berbagai macam candi sebagai warisan nenek moyang berupa benda-benda kuno atau situs-situs kuno yang memiliki nilai sejarah selain itu juga menjual keindahan alam dan kesegaran udara sebagai daya tarik utama.

#### **2.1.4 Konsep dan Objek Pariwisata**

Menurut Melissa Puspasari (2005), konsep dan objek pariwisata terdiri dari :

1. Objek wisata alam adalah sebagian atau keseluruhan kawasan hutan wisata, taman nasional, taman hutan raya dan taman wisata laut yang dapat diusahakan untuk wisata alam termasuk sarana maupun prasarana penunjangnya.
  - Objek dan daya tarik wisata alam, adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada budidaya oleh manusia.
  - Taman hutan raya adalah kawasan hutan yang memiliki keindahan alam, baik keindahan nabati, keindahan hewani maupun keindahan alamnya sendiri. Kawasan ini mempunyai ciri khas untuk dimanfaatkan bagi kepentingan rekreasi dan pendidikan.
  - Taman nasional adalah kawasan pelestarian alam yang dikelola dengan sistem zonasi yang terdiri dari zona inti dan atau zona-zona lain yang dimanfaatkan untuk tujuan ilmu pengetahuan, pariwisata, rekreasi dan pendidikan.

- Hutan wisata adalah kawasan hutan yang memiliki keindahan alam dan diperuntukkan khusus untuk dibina dan dipelihara.
2. Objek wisata budaya adalah pengusaha wisata yang memanfaatkan seluruh aset kebudayaan baik berbentuk fisik maupun non fisik yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata. Jenis objek wisata budaya antara lain terdiri dari objek bangunan bersejarah, tempat ziarah, museum dan peninggalan purbakala.
  3. Tempat rekreasi atau Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum (URHU)
    - Usaha pemandian alam adalah suatu usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk mandi-mandi dengan memanfaatkan air panas dan atau air terjun sebagai usaha pokok dan dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum serta akomodasi.
    - Usaha gelanggang renang adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk berenang, taman dan arena bermain anak-anak sebagai usaha pokok dan dapat dilengkapi dengan penyediaan jasa pelayanan makan dan minum.

#### **2.1.5 Aspek Ekonomi Pariwisata**

Bagi suatu negara, pariwisata merupakan *invisible export* karena negara tidak perlu menjual komoditi tersebut ke luar negeri untuk mendatangkan devisa, dengan sendirinya devisa akan masuk ke negara yang mempunyai objek wisata. Oleh karena itu setiap negara selalu berusaha untuk mendorong industri pariwisatanya guna mendatangkan devisa. Selain itu pengembangan industri

pariwisata juga bisa mendatangkan efek multiplier yang besar bagi perekonomian seperti berkembangnya industri jasa transportasi, perhotelan, perdagangan, dan berkembangnya sektor-sektor lainnya.

Menurut Spillane dalam Badrudin (2000), industri pariwisata memiliki sifat khusus, yaitu :

1. Produk wisata tidak dapat dipindahkan, konsumen sendiri yang harus datang mengunjungi dan menikmati produk wisata tersebut.
2. Produksi dan konsumsi terjadi pada waktu yang bersamaan.
3. Pariwisata tidak mempunyai standar ukuran yang objektif karena pariwisata memiliki berbagai jenis pariwisata.
4. Konsumen tidak dapat menikmati objek wisata karena hanya dapat melihat dan mengetahui informasi suatu objek wisata dari brosur atau alat promosi lainnya.
5. Produk wisata mengandung resiko tinggi karena memerlukan modal yang sangat besar, sedangkan permintaannya sangat peka terhadap situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat, kesenangan wisatawan dan sebagainya.

#### **2.1.6 Permintaan Pariwisata**

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

Salah satu contoh dari fungsi permintaan pariwisata, di mana seluruh variabelnya berdasarkan pada periode waktu tertentu, adalah (Sinclair dan Stabler, 1997) :

$$D_{ij} = f ( Y_i, P_{ij}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV ) \dots \dots \dots (3)$$

Dimana  $D_{ij}$  : permintaan pariwisata berdasarkan i terhadap j

$Y_i$  : pendapatan pada i

$P_{ij/k}$  : harga dari i relatif terhadap j per k

$E_{ij/k}$  : perubahan dasar dari i terhadap j per k

DV : variabel dummy

Data vital yang dapat dijadikan indikator permintaan wisatawan akan suatu daerah wisata adalah (Melnish dan Goeldner, 1986 dalam Irawan, 1997).

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

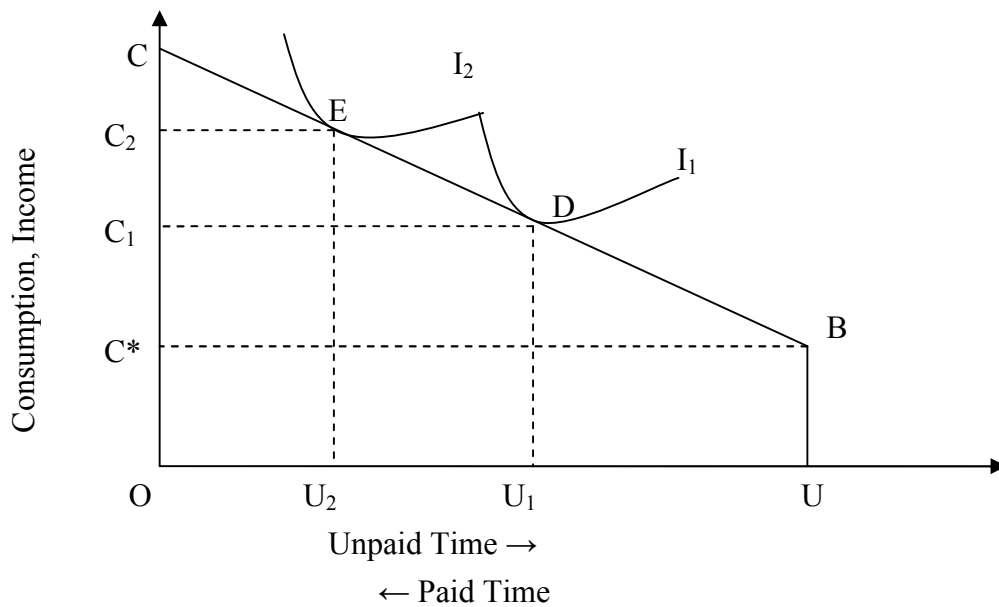
Pilihan individu dan anggaran belanja merupakan determinan dari permintaan pariwisata. Seseorang yang berkeinginan menghabiskan liburannya jauh dari rumah, mempunyai sejumlah uang atau anggaran yang tersedia untuk berwisata, berbelanja barang dan jasa lain. Besarnya anggaran tergantung dari jumlah jam yang dihabiskan untuk bekerja yang sifatnya 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. Kombinasi dari konsumsi dan waktu tidak dibayar yang mungkin dimiliki individu digambarkan oleh garis CBU pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1. :

Konsumsi dan Waktu Menganggur



Sumber: Sinclair dan Stabler (1997)

Sumbu vertikal mengukur nilai konsumsi dan sumbu horisontal mengukur pertambahan waktu menganggur, dari arah kiri ke kanan, atau pertambahan waktu kerja dibayar, dari arah kanan ke kiri. Titik OC memperlihatkan konsumsi maksimum yang merupakan hasil dari pengeluaran maksimum waktu yang dimungkinkan untuk kerja dibayar. Seseorang yang tidak bekerja mempunyai kombinasi konsumsi dan waktu menganggur B dan OC\* merupakan nilai konsumsi yang dicapai individu saat menganggur. Posisi antara C dan B memperlihatkan kombinasi tengah-tengah. Garis CBU dikenal sebagai garis anggaran. Kemiringan dari garis ini mengindikasikan tingkat upah. Individu menerima kepuasan dari mengkonsumsi barang dan waktu menganggur.

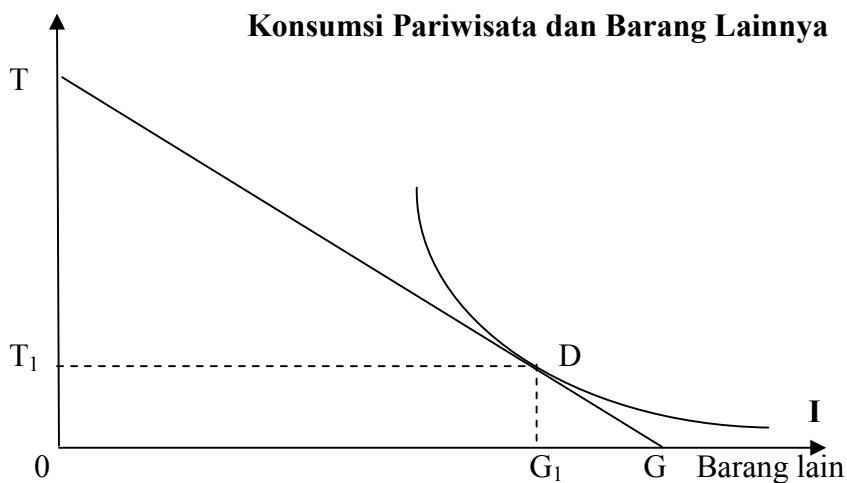
Individu juga menerima kepuasan dari mengkonsumsi barang dan waktu menganggur. Perbedaan kombinasi dari konsumsi dan waktu menganggur digambarkan oleh kurva  $I_1$  dan  $I_2$ . Kurva tersebut dinamakan kurva indifferen. Kurva indifferen yang letaknya jauh dari titik origin menunjukkan kombinasi dari konsumsi dan waktu menganggur yang lebih tinggi dan kepuasan yang lebih tinggi pula.

Ilmu ekonomi mengasumsikan bahwa individu menginginkan kepuasan maksimum sebisa mungkin dengan memilih kombinasi dari barang konsumsi dan waktu menganggur. Titik D pada Gambar 2.2. 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  $OU_2$ .

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 pembelian barang lain digambarkan dalam *budget line* (*slope* yang menunjukkan harga relatif barang dan jasa yang digambarkan oleh TG dalam Gambar 2.1.). Titik OT adalah jumlah pariwisata yang akan dinikmati jika seseorang membelanjakan seluruh anggarannya 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. :**



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 kurve indifferen bersinggungan dengan *budget line*, menghasilkan konsumsi pariwisata

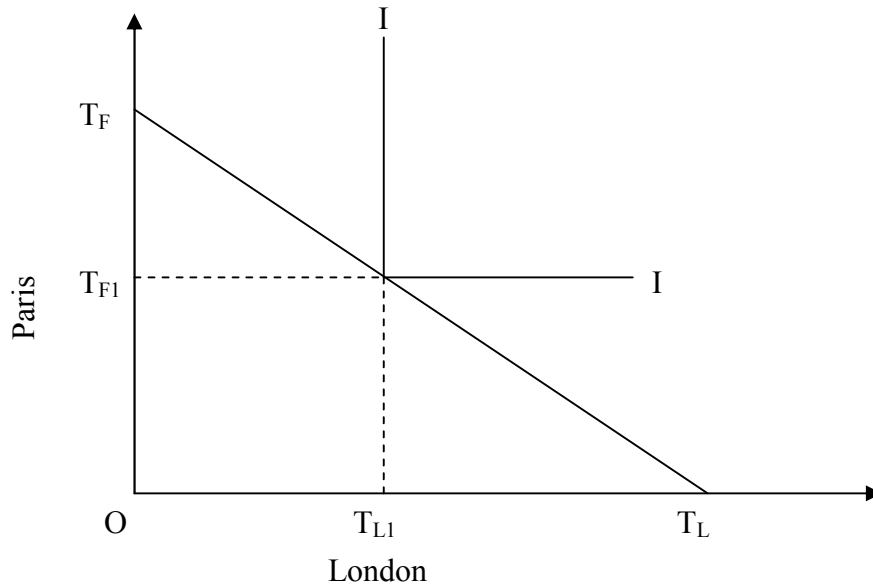
sebesar  $OT_1$  dan konsumsi barang lain sebesar  $OG_1$ . Kepuasan maksimum berada pada Titik D karena pada titik tersebut kurve indifferen I menyinggung *budget line* TG (Sinclair dan Stabler,1997 ). Untuk penerapan konsep dalam penelitian ini *budget line* melukiskan besarnya penghasilan rata-rata per bulan yang diperoleh oleh seorang pengunjung, kurva I sebagai kurva indifferen menunjukkan kombinasi antara menikmati objek wisata Dataran Tinggi Dieng dengan objek wisata lain. Titik optimal kepuasan pengunjung akan suatu objek wisata ditunjukkan oleh titik D dimana garis anggaran (*budget line*) bersinggungan dengan kurva indifferen.

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.

Pada kasus tipe pariwisata yang berbeda, individu memilih kombinasi dari tipe pariwisata yang dapat bersifat substitusi atau komplementer. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.3. dan 2.4.

**Gambar 2.3. :**

**Tempat Tujuan Wisata Komplementer**



*Sumber: Sinclair dan Stabler(1997)*

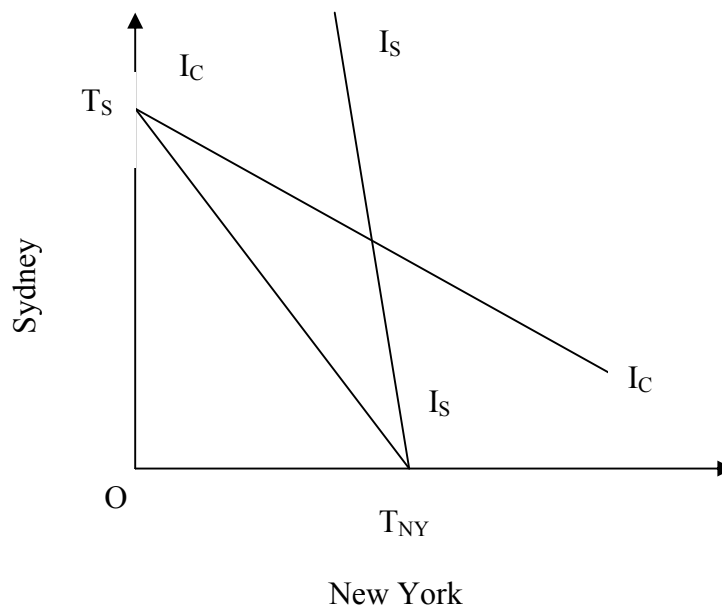
Sebagai contoh, London dan Paris mungkin merupakan wisata yang bersifat komplementer bagi sebagian turis Amerika. Dengan begitu, proporsi pengeluaran untuk masing-masing adalah tetap. Dari garis anggaran  $T_F T_L$  memperlihatkan kombinasi berbeda dari pengeluaran untuk wisata dapat dialokasikan untuk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

Berdasarkan uraian mengenai tujuan wisata komplementer tersebut, maka bisa dimisalkan bahwa *komplementer* atau pelengkap dari Dataran Tinggi Dieng adalah objek wisata air Owabong. Hal ini dikarenakan selain jarak antar dua objek wisata ini relatif dekat, karakteristik wisata Dataran Tinggi Dieng dan Owabong

juga berbeda. Dataran Tinggi Dieng menawarkan pemandangan alam yang indah dan hawa yang sejuk, sementara Owabong dengan wisata airnya.

**Gambar 2.4. :**

**Tempat Tujuan Wisata Substitusi**



*Sumber : Sinclair dan Stabler(1997)*

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.

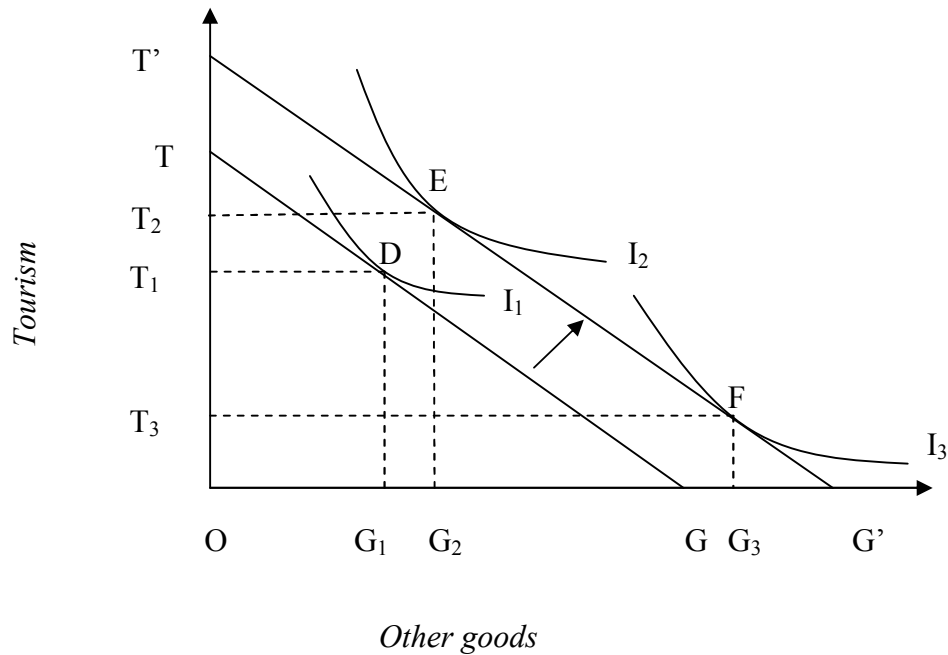
Berdasarkan uraian mengenai tujuan wisata substitusi tersebut, maka bisa dimisalkan bahwa *substitute* (pengganti) dari objek wisata Dataran Tinggi Dieng ialah Kawasan Baturaden. Hal ini dikarenakan karakteristik kedua objek wisata tersebut hampir sama yaitu menawarkan pemandangan alam yang indah, udara yang sejuk, serta memiliki peninggalan sejarah berupa candi.

Penentuan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata ke salah satu daerah wisata tersebut akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seperti dijelaskan sebelumnya adalah harga relatif yang harus dikeluarkan untuk kedua tempat wisata tersebut.

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. mengilustrasikan dua pengaruh tersebut.

**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  $T_1G_1$  adalah garis anggaran sebelum dan sesudah kenaikan pendapatan, dengan asumsi harga pariwisata lain dan barang yang lain relatif konstan. Jika pariwisata adalah barang normal, kurva indifferen adalah  $I_2$ , dengan begitu permintaan naik dari  $OT_1$  ke  $OT_2$  pada E. Jika pariwisata adalah barang inferior, kurva indifferen adalah  $I_3$ , 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,

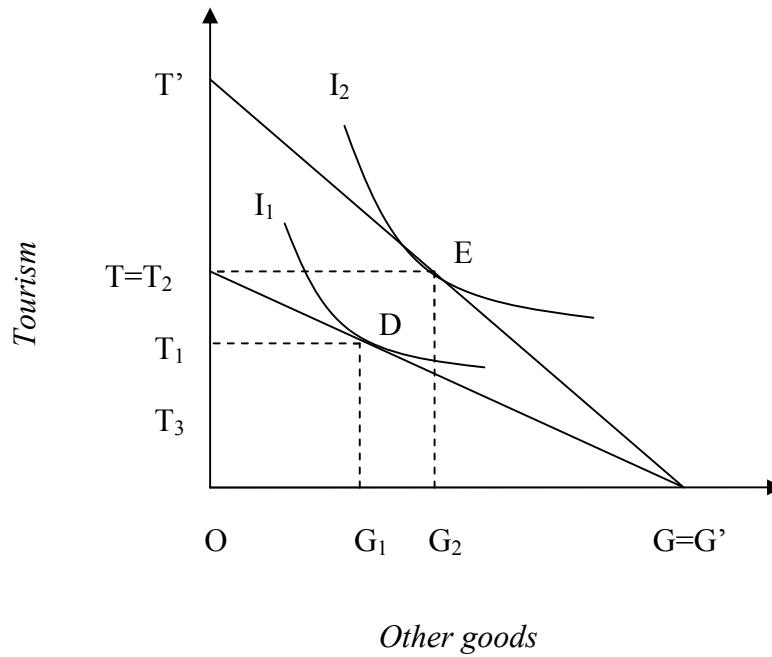
permintaan barang mewah, elastis dengan mengikuti perubahan pendapatan, sementara untuk barang kebutuhan adalah inelastis.

Karena objek wisata Dataran Tinggi Dieng adalah barang normal, maka berdasarkan Gambar 2.5. kenaikan pendapatan konsumen akan mengakibatkan garis anggaran berputar ke kanan dari TG menjadi T'G' dan titik keseimbangan bergeser dari D ke E. Sebelum kenaikan pendapatan, konsumsi untuk pariwisata Dieng adalah sebesar  $OT_1$  dan konsumsi untuk barang lain adalah  $OG_1$ . Sehingga keseimbangan berada pada titik D. Kepuasan maksimum konsumen juga berada pada titik D karena kurva indifferent  $I_1$  menyinggung garis anggaran TG. Kemudian adanya kenaikan pendapatan membuat garis anggaran berputar ke kanan dari TG menjadi T'G'. Konsumsi pariwisata sekarang adalah  $OT_2$  dan konsumsi untuk barang lain adalah sebesar  $OG_2$  dan kepuasan maksimum konsumen berada pada titik E karena kurva indifferen  $I_2$  menyinggung garis anggaran T'G'.

Kasus kedua adalah pengaruh permintaan pariwisata jika terjadi perubahan harga relatif dengan pendapatan konstan. Permintaan dan harga pada umumnya berhubungan negatif, dengan demikian penurunan secara normal akan diikuti dengan peningkatan permintaan, dan sebaliknya. Pengaruh dari penurunan harga pariwisata digambarkan pada Gambar 2.6.

**Gambar 2.6. :**

**Pengaruh Penurunan Harga Pada Konsumsi Pariwisata**



*Sumber : Sinclair dan Stabler(1997)*

Pada saat pariwisata menjadi murah, anggaran individu untuk pariwisata sekarang lebih maksimum sebesar  $OT'$ . Sementara jumlah maksimum barang-barang lain yang diperoleh adalah tetap pada  $OG$ . Kombinasi optimal dari permintaan dan barang lain pada awal mula dan perubahannya ditunjukkan oleh 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 Dataran Tinggi Dieng 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 Dataran Tinggi Dieng mengalami penurunan, maka permintaan terhadap objek wisata Dataran Tinggi Dieng 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.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004) yang meneliti tentang Analisis Permintaan Objek 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 objek 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 Rp. 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 objek wisata alam Curug Sewu Kendal.

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 mempengaruhi 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.

Faisal Abdullah (2005) dalam penelitian yang berjudul Analisis Permintaan Objek Wisata Candi Gedong Songo Kabupaten Semarang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata Candi Gedong Songo. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan jumlah kunjungan objek wisata Candi Gedong Songo sebagai variabel dependen dan variabel independennya adalah umur, pendidikan, penghasilan, biaya perjalanan menuju Candi Gedong Songo, biaya perjalanan menuju tempat lain, lama perjalanan dan jarak. Dari hasil perhitungan regresi diketahui bahwa dari tujuh variabel yang digunakan dalam model hanya dua variabel yang signifikan atau berpengaruh terhadap model yaitu variabel biaya perjalanan menuju Candi Gedong Songo dan jarak.

Dalam penelitian yang berjudul Analisis Permintaan Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang oleh Rini Yuniawati menganalisis pengaruh faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata dan upaya-upaya yang harus ditempuh pengelola untuk menstabilkan permintaan terhadap objek wisata Taman Kyai Langgeng. Variabel dependen yang digunakan adalah jumlah permintaan wisata Taman Kyai Langgeng dan variabel independen adalah penghasilan, biaya perjalanan ke Taman Kyai Langgeng, biaya perjalanan ke objek yang lain, umur, pendidikan, dan jarak. Dengan menggunakan regresi linier berganda diketahui bahwa dari enam variabel independen hanya ada 1 variabel yang tidak signifikan yaitu pendidikan. Dari uji F diperoleh F hitung

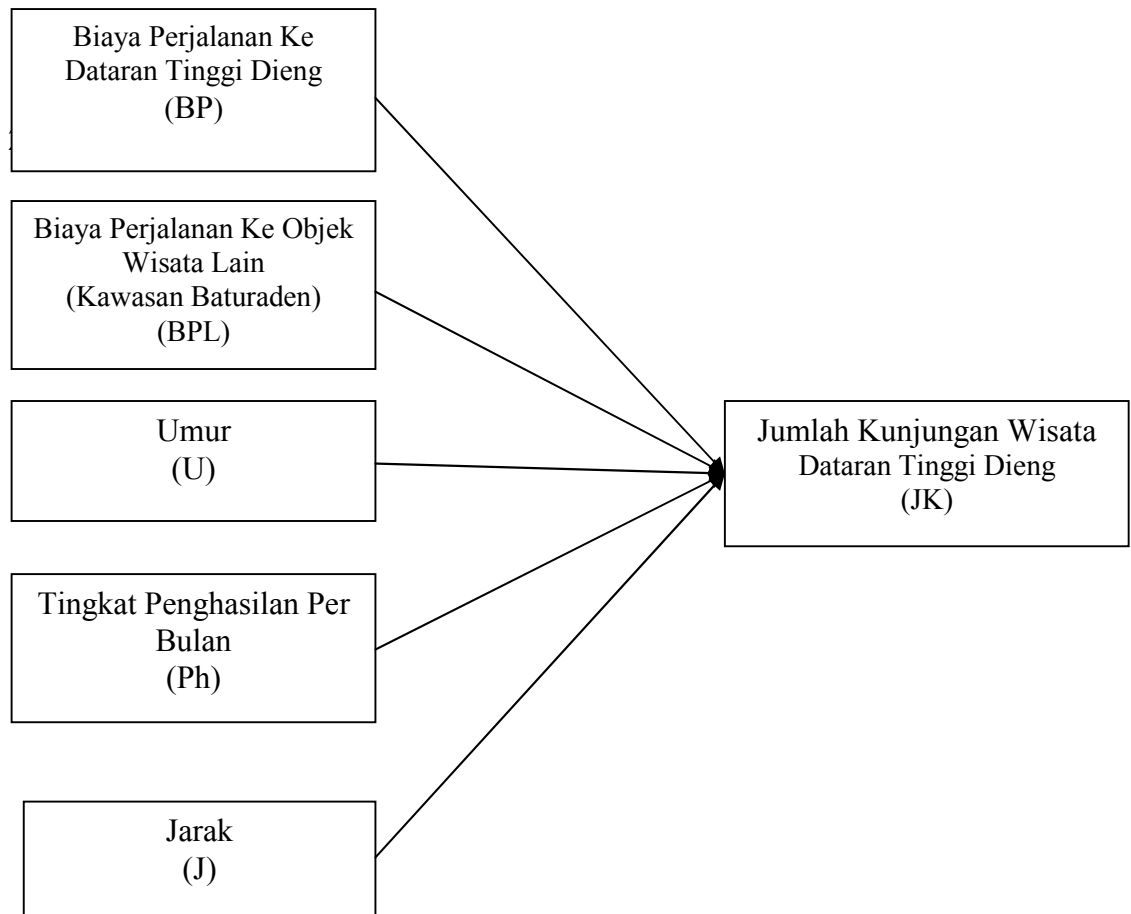
sebesar 11,603 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi yang jauh dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen dalam penelitian ini mampu menerangkan variabel independen yaitu jumlah permintaan wisata Taman Kyai Langgeng. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,872 menunjukkan bahwa variabel jumlah pengunjung Taman Kyai Langgeng bisa dijelaskan oleh keseluruhan variabel independen sebesar 87,2 % sedangkan sisanya yaitu sebesar 12,8 % dijelaskan oleh sebab–sebab diluar model.

Penelitian yang berjudul Analisis Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Strategi Pengembangan Wana Wisata Air Panas Gonoharjo Kabupaten Kendal oleh Adi Wahyu (2009) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata dan menghitung seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap jumlah kunjungan objek wisata Panas Gonoharjo Kabupaten Kendal. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan ke objek wisata Gonoharjo selama setahun terakhir sedangkan variabel independennya adalah biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain, penghasilan rata-rata per bulan, dan *dummy* atraksi wisata. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik antara lain uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Dari perhitungan regresi diketahui bahwa seluruh variabel independen signifikan terhadap jumlah kunjungan di wana wisata Gonoharjo Kabupaten Kendal.

### **2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis**

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penilaian ekonomi terhadap suatu kawasan wisata diukur dengan menggunakan berbagai variabel sosial ekonomi yang berpengaruh. Dalam hal ini penulis memberikan variabel biaya perjalanan tempat wisata Dataran Tinggi Dieng yang berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain, variabel biaya perjalanan menuju objek wisata lain, variabel umur pengunjung, variabel penghasilan rata-rata sebulan para pengunjung, dan variabel jarak terhadap jumlah kunjungan wisata di Dataran Tinggi Dieng, sehingga nantinya akan diperoleh fungsi permintaan terhadap objek wisata Dataran Tinggi Dieng.

**Gambar 2.7:**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Sumber : Indah Susilowati dan Irma Afia Selma (2004)

## 2.4 Hipotesis

Dalam penelitian ini akan dirumuskan hipotesis guna memberikan arah dan pedoman dalam melakukan penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga variabel biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng mempunyai hubungan yang negatif dan signifikan terhadap jumlah

kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Karena semakin tinggi harga dari suatu objek wisata, maka wisatawan diduga akan beralih ke objek wisata lain sebagai substitusi, misal Kawasan Baturaden.

2. Diduga variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kawasan Baturaden) mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Karena apabila harga dari suatu objek wisata substitusi (Kawasan Baturaden) tinggi, maka diduga wisatawan akan kembali beralih pada Dataran Tinggi Dieng.
3. Diduga variabel umur mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Karena semakin tinggi umur seseorang dengan berbagai aktifitas dan rutinitas yang dilakukan setiap harinya diduga akan meningkatkan keinginannya untuk melakukan kegiatan wisata.
4. Diduga variabel tingkat penghasilan per bulan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Karena semakin tinggi pendapatan seseorang semakin besar pula keinginan orang tersebut untuk mengalokasikan sebagian pendapatannya tersebut untuk kegiatan wisata.
5. Diduga variabel jarak mempunyai hubungan yang negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Karena semakin dekat jarak seseorang dengan suatu objek wisata diduga akan meningkatkan keinginan seseorang untuk melakukan aktifitas wisata.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

##### **3.1.1 Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng, sedangkan variabel bebasnya adalah biaya perjalanan objek wisata Dataran Tinggi Dieng yang mencakup biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain, variabel biaya perjalanan menuju objek wisata lain (Kawasan Baturaden), variabel umur pengunjung, variabel penghasilan atau uang saku rata-rata per bulan para pengunjung, dan variabel jarak.

##### **3.1.2 Definisi Operasional**

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Terdapat enam variabel yang digunakan dalam analisis penelitian ini.

Definisi operasional variabel–variabel d..... penelitian ini adalah:

1. *Jumlah Kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng (JK)*

Banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama satu tahun terakhir ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Pengukuran didasarkan pada frekuensi kekerapan individu berwisata ke Dataran Tinggi Dieng.

2. *Biaya perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng (BP)*

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan rupiah. Dalam variabel ini, biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi, karcis masuk, biaya penginapan, konsumsi, dokumentasi, dan lain-lain.

3. *Biaya perjalanan ke objek wisata lain (BPL)*

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju objek wisata lain. Dalam hal ini objek wisata tersebut adalah Kawasan Baturaden. Pertimbangan yang digunakan penulis membandingkan Dataran Tinggi Dieng dengan Kawasan Baturaden adalah karakteristik objek yang hampir sama dan jaraknya yang relatif tidak terlalu jauh. Variabel diukur dalam satuan rupiah.

4. *Umur (U)*

Umur pengunjung objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Variabel umur diukur dengan menggunakan satuan tahun.

5. *Penghasilan rata-rata per bulan pengunjung (Ph)*

Penghasilan rata-rata per bulan pengunjung objek wisata Dataran Tinggi Dieng 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 satuan rupiah.

6. *Jarak (J)*

Jarak rumah pengunjung dengan objek wisata Dataran Tinggi Dieng yang diukur dengan menggunakan satuan kilometer.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek tersebut (Sugiyono, 2003). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng.

#### **3.2.2 Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Quoted Accidental Sampling* yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang (ditujukan kepada siapa saja yang ditemui dilokasi) namun dibatasi jumlahnya.

Dengan teknik ini, tidak semua unsur atau anggota populasi diberi peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (*Non-Probability Sampling*) (Sugiyono, 2003). Dalam penelitian ini maksud dari siapa saja adalah pengunjung Dataran Tinggi Dieng mana saja yang bisa dan bersedia untuk mengisi kuesioner. Sampel yang akan diteliti sebanyak 50 responden.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengelompokannya terbagi atas dua jenis, yaitu :

#### **1. Data Primer**

Merupakan sumber data penelitian yang secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden yang melakukan wisata di Dataran Tinggi Dieng.

#### **2. Data Sekunder**

Merupakan data yang sudah dipublikasikan, namun tidak khusus diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan yang sedang ditangani (Sri Mulyono, 2000). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Dinas Pariwisata Kabupaten Banjarnegara, Pengelola Dataran Tinggi Dieng, internet, serta berbagai literatur baik buku maupun jurnal-jurnal yang relevan.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah metode wawancara dengan menggunakan kuesioner, yaitu suatu pengumpulan data melalui tanya jawab lisan antara penanya (*interviewer*) dan responden sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan. Daftar pertanyaan tersebut dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya dan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Selain menggunakan metode wawancara, digunakan metode observasi untuk memperoleh fakta-fakta berdasarkan pengamatan peneliti. Alat-alat yang digunakan dalam observasi antara lain kamera, peta lokasi serta izin penelitian.

Untuk memperoleh data sekunder, metode yang digunakan yaitu metode dokumentasi. Dalam metode dokumentasi dipakai data-data dari Dinas Pariwisata, serta media internet.

### **3.5 Metode Analisis Data**

#### **3.5.1 Model Regresi**

Analisis regresi merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis 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.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda, dengan pendekatan *Ordinary Least Squares (OLS)*. Metode *Ordinary Least Squares*

pertama kali diperkenalkan oleh Carl Friedrich Gauss, seorang ahli matematika berkebangsaan Jerman (Sri Mulyono, 2000). Dalam OLS, terdapat sepuluh asumsi yang harus dipenuhi, yang dikenal dengan asumsi klasik. Asumsi-asumsi ini meliputi:

1. *Linear Regression Model*, yang berarti model harus linier dalam parameter.
2. Nilai  $X$  (variabel bebas) adalah tetap (*nonstochastic*).
3. Nilai rata-rata  $e_i$  (*error term*) adalah nol (0).
4. Homoskedastisitas, yaitu varians masing-masing  $e_i$  (*error term*) adalah sama (konstan) untuk setiap  $X$ .
5. Tidak ada autokorelasi antar  $e_i$  (*error term*).
6. Tidak ada *covarians* antara  $e_i$  (*error term*) dan  $X$  (variabel bebas).
7. Jumlah observasi ( $n$ ) harus lebih besar dari pada jumlah parameter untuk diestimasi.
8. Variabilitas dalam nilai  $X$  (variabel bebas).
9. Model regresi tidak bias atau *error*.
10. Tidak terdapat multikolinearitas yang sempurna.

Untuk menganalisis kunjungan ke Dataran Tinggi Dieng yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kawasan Baturaden), umur pengunjung, pendidikan pengunjung, penghasilan rata-rata dan jarak, sehingga diformulasikan sebagai berikut:

$$JK = f( BP, BPL, U, Ph, J ) \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan :

- JK = Jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng
- BP = Biaya perjalanan tempat wisata berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir, dan biaya lain-lain
- BPL = Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kawasan Baturaden)
- U = Umur pengunjung
- Ph = Penghasilan rata – rata per bulan pengunjung
- J = Jarak tempat tinggal pengunjung dengan Dataran Tinggi Dieng

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

$$JK = \beta_0 + \beta_1 BP + \beta_2 BPL + \beta_3 U + \beta_4 Ph + \beta_5 J + e \dots \dots \dots (3.3)$$

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.2.1 Pengujian Multikolinearitas

Multikolinearitas berhubungan dengan situasi dimana ada hubungan linier baik yang pasti atau mendekati pasti diantara variabel independen (Gujarati, 2003). Masalah multikolinearitas timbul bila variabel-variabel independen berhubungan satu sama lain. Selain mengurangi kemampuan untuk menjelaskan dan memprediksi, multikolinearitas juga menyebabkan kesalahan baku koefisien (uji t) menjadi indikator yang tidak dipercaya.

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas saling berhubungan secara linier dalam model persamaan regresi yang digunakan. Apabila terjadi multikolinearitas, akibatnya variabel penaksiran menjadi cenderung terlalu besar, t-hitung tidak bias, namun tidak efisien.

Dalam penelitian ini uji multikolinearitas akan dilakukan dengan menggunakan *auxilliary regression* untuk mendeteksi adanya multikolinearitas. Kriterianya adalah jika  $R^2$  regresi persamaan utama lebih dari  $R^2$  regresi auxiliary maka didalam model tidak terjadi multikolinearitas. Model *auxilliary regression* adalah :

$$F_t = \frac{R^2 \cdot X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \dots X_k / (k-2)}{(1-R^2 \cdot X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \dots X_k) / (N-k+1)} \dots \dots \dots (3.4)$$

### 3.5.2.2 Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana variabel gangguan pada periode tertentu berkorelasi dengan variabel yang pada periode lain, dengan kata lain variabel gangguan tidak random. Faktor-faktor yang menyebabkan autokorelasi antara lain kesalahan dalam menentukan model, penggunaan lag pada model, memasukkan variabel yang penting. Akibat dari adanya autokorelasi adalah parameter yang diestimasi menjadi bias dan variannya minimum, sehingga tidak efisien. (Gujarati, 2003). Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi salah satunya diketahui dengan melakukan Uji *Breusch-Godfrey Test* atau Uji *Langrange Multiplier (LM)*.

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

Apabila data mengandung autokorelasi, data harus segera diperbaiki agar model tetap dapat digunakan. Untuk menghilangkan masalah autokorelasi, maka dilakukan estimasi dengan diferensi tingkat satu (Wing Wahyu Winarno, 2009).

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas terjadi apabila variabel gangguan tidak mempunyai varian yang sama untuk semua observasi. Akibat adanya heteroskedastisitas, penaksir OLS tidak bias tetapi tidak efisien (Gujarati and Porter, 2003 : 365). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan *white heteroscedasticity-consistent standart errors and covariance* yang tersedia dalam program Eviews 6. Uji ini diterapkan pada hasil regresi dengan menggunakan prosedur equations dan metode OLS untuk masing-masing perilaku dalam persamaan simultan. Hasil yang perlu diperhatikan dari uji ini adalah nilai  $F$  dan  $Obs*Rsquared$ , secara khusus adalah nilai probability dari  $Obs*Rsquared$ . Dengan uji *White*, dibandingkan  $Obs*R-squared$  dengan  $\chi$  (*chi-squared*) tabel. Jika nilai  $Obs*R-squared$  lebih kecil dari pada  $\chi$  tabel maka tidak ada heteroskedastisitas pada model.

### 3.5.2.4 Uji Normalitas

Uji asumsi klasik normalitas mengasumsikan bahwa distribusi probabilitas dari gangguan  $\mu_t$  memiliki rata-rata yang diharapkan sama dengan nol, tidak berkorelasi dan mempunyai varian yang konstan. Dengan

asumsi ini penaksir akan memenuhi sifat-sifat statistik yang diinginkan seperti *unbiased* dan memiliki varian yang minimum (Gujarati, 2003).

Ada beberapa metode untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi residual antara lain *Jarque-Bera Test (J-B Test)* dan metode grafik. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode *J-B Test*, yang dilakukan dengan menghitung nilai *skewness* dan kurtosis, apabila *J-B* hitung < nilai  $\chi^2$  (*Chi-Square*) tabel, maka nilai residual berdistribusi normal (Gujarati, 2003).

Model yang digunakan untuk uji normalitas adalah sebagai berikut :

$$JB = n \left[ \frac{S^2}{6} + \frac{(K) - 3}{24} \right] \sim \chi^2 \dots \dots \dots (3.5)$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- S = koefisien skewness
- K = koefisien kurtosis
- Ho = Data berdistribusi normal
- Ha = Data tidak berdistribusi normal

Jika nilai probabilitas JB lebih besar dari 0.05 berarti JB statistik tidak berbeda dengan 0 atau tidak menolak  $H_0$ . Jika nilai probabilitas JB lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak.

### 3.5.3 Uji Statistik

#### 3.5.3.1 Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan. Uji t menggunakan hipotesis sebagai berikut (Gujarati, 2003) :

- i). Uji t untuk variabel biaya perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng
  - a)  $H_0 : \beta_1 \leq 0$  (tidak ada hubungan linier antara biaya perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng).
  - b)  $H_1 : \beta_1 > 0$  (ada pengaruh negatif antara biaya perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng).
  - c) Bila  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- ii). Uji t untuk variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kawasan Baturaden)
  - a)  $H_0 : \beta_2 \leq 0$  (tidak ada hubungan linier antara biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kawasan Baturaden) dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
  - b)  $H_1 : \beta_2 > 0$  (ada pengaruh positif biaya perjalanan ke objek wisata lain (Kawasan Baturaden) dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
  - c) Bila  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

iii). Uji t untuk variabel Umur

- a)  $H_0 : \beta_3 \leq 0$  (tidak ada hubungan antara Umur dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
- b)  $H_1 : \beta_3 > 0$  (ada pengaruh positif antara Umur dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
- c) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

iv). Uji t untuk variabel Tingkat Pendapatan per Bulan

- a)  $H_0 : \beta_4 \leq 0$  (tidak ada hubungan antara Tingkat Pendapatan per Bulan dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
- b)  $H_1 : \beta_4 > 0$  (ada pengaruh positif antara Tingkat Pendapatan per Bulan dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
- c) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

v). Uji t untuk variabel Jarak

- a)  $H_0 : \beta_5 \leq 0$  (tidak ada hubungan antara Jarak dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
- b)  $H_1 : \beta_5 > 0$  (ada pengaruh negatif antara Jarak dengan jumlah kunjungan wisata ke Dataran Tinggi Dieng)
- c) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Pada tingkat signifikansi 5 persen dengan pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

a) Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b) Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  tidak ditolak, artinya salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

### 3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara keseluruhan signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen. Apabila nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel maka variabel-variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan (Gujarati, 2003) :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$$

$H_1$  : minimal ada satu koefisien regresi tidak sama dengan nol

Nilai F hitung dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (N - K)} \dots \dots \dots (3.6)$$

Dimana :

K = jumlah parameter yang diestimasi termasuk konstanta

N = jumlah observasi

Pada tingkat signifikansi 5 persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel, yang artinya variabel penjelas secara serentak atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.
2.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel, yang artinya variabel penjelas secara serentak dan bersama-sama mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

### 3.5.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kebenaran model analisis regresi. Dimana apabila nilai  $R^2$  mendekati 1 maka ada hubungan yang kuat dan erat antara variabel terikat dan variabel bebas dan penggunaan model tersebut dibenarkan. Sedangkan menurut Gujarati (2003) koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dinyatakan dalam persentase. Namun tidak dapat dipungkiri ada kalanya dalam penggunaan koefisien determinasi ( $R^2$ ) terjadi bias terhadap satu variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Sebagai ukuran kesesuaian garis regresi dengan sebaran data,  $R^2$  menghadapi masalah karena tidak memperhitungkan derajat bebas. Sebagai alternatif digunakan *corrected* atau *adjusted  $R^2$*  yang dirumuskan:

$$AdjR^2 = 1 - \left(1 - R^2\right) \left(\frac{n-1}{n-k}\right) \dots\dots\dots(3.7)$$

Dimana:  $R^2$  : Koefisien determinasi  
 $k$  : Jumlah variabel independen  
 $n$  : Jumlah sampel