

**ANALISIS KUNJUNGAN WISATAWAN OBJEK
WISATA NGLIMUT KECAMATAN
LIMBANGAN KABUPATEN KENDAL**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Dolina Gitapati
NIM. C2B007018

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2012**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dolina Gitapati
Nomor Induk Mahasiswa : C2B007018
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Judul Skripsi : **ANALISIS KUNJUNGAN WISATAWAN
OBJEK WISATA NGLIMUT KECAMATAN
LIMBANGAN KABUPATEN KENDAL**

Dosen Pembimbing : Drs. Y. Bagio Mudakir, MSP

Semarang, 5 Maret 2012

Dosen Pembimbing,



Drs. Y. Bagio Mudakir, MSP
NIP. 195406091981031004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

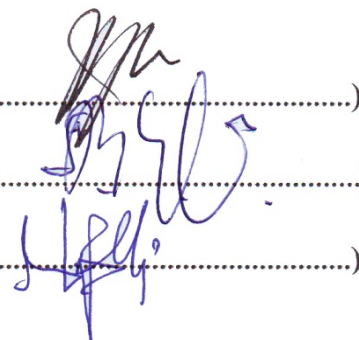
Nama Penyusun : Dolina Gitapati
Nomor Induk Mahasiswa : C2B007018
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Ilmu Ekonomi dan Studi
Pembangunan

Judul Skripsi : **ANALISIS KUNJUNGAN
WISATAWAN OBJEK WISATA
NGLIMUT KECAMATAN
LIMBANGAN KABUPATEN KENDAL**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 22 Maret 2012

Tim Penguji

1. Drs. Y. Bagio Mudakir, MSP (.....)
2. Prof. Dra. Hj. Indah Susilowati, M.Sc, Ph.D. (.....)
3. Nenek Woyanti, SE, MSi (.....)



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Dolina Gitapati, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Alam Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal** 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, 5 Maret 2012
Yang membuat pernyataan,

(Dolina Gitapati)
NIM: C2B007018

Motto:

Q.S. Al-Insyirah 94:5-6

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

Q.S Al-Baqarah 2:286

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

Q.S Ar-Ra’d 13:11

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa apa yang pada diri mereka ”

Paraphrase from The Alchemist

"And, when you want something and put an effort on it, all the universe conspires in helping you to achieve it."

Christopher McCandless

"It's not necessarily to be strong, but to feel strong."

Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orangtuaku tercinta:

My lovely Daddy, always make me happy in every situation and in his own way,

i'm really proud to be your daughter, you're my role model

My lovely Mommy, always teach me how to be strong and how to kill the pain and sorrow from what the life was gave

ABSTRACT

Wisata Alam Nglimit, one of the natural tourism object in Kendal Regency. It has a potential prospect for tourism industry of Kendal. At this moment, the number of visitors in the object is still lower compared to the other tourism objects in Kendal. This might be due Nglimit is newly promoted and has not well known by people. The objective of this study is to identify the factors affecting the demand to visit in natural tourism object of Nglimit.

Quoted accidental sampling was employed to select 100 respondents. Travel cost method was involved to analyze the collected data. Further, the consumer surplus (CS) is estimated in order to value the appreciation of respondents about the tourism object observed.

The results showed that five out of seven independent variables found significantly influenced to the respondent in determining of the number of visit to Nglimit. These factors are travel cost, leisure time, length time, facilities, and the natural beauty of Nglimit s perceived by repondents. Economic value in this site is Rp 35.453.126.400, the estimated CS is about Rp 760.960 per year per head. Assuming at the end of 2012 there will about 50.000 visitors, therefore the estimated economic value will reach to Rp 38 billions per year.

There will be a very bright prospect for Nglimit as the natural tourism object for Kendal as the periphery of Semarang City with highly density in population.

Keywords: Tourism, Natural Endeavour, Travel Cost, Nglimit, Kendal, Java

ABSTRAK

Wisata Alam Nglimut adalah salah satu objek wisata yang berada di Kabupaten Kendal. Nglimut memiliki prospek potensial untuk industri pariwisata di Kendal. Saat ini, jumlah pengunjung masih lebih rendah bila dibandingkan dengan objek wisata lainnya di Kendal, hal ini mungkin dikarenakan Nglimut adalah objek wisata baru yang belum terlalu dikenal oleh masyarakat.

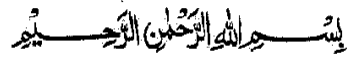
Quoted accidental sampling digunakan untuk memilih 100 responden dan *travel cost method* digunakan untuk menganalisis data. Selanjutnya, surplus konsumen (CS) diestimasi untuk menilai apresiasi responden terhadap objek wisata yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dari tujuh variabel bebas signifikan dan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke Nglimut. Variabel-variabel tersebut adalah biaya perjalanan, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas dan keindahan alam Nglimut yang dilihat oleh responden. Nilai ekonomi dari objek wisata ini sebesar Rp 35.453.126.400, estimasi surplus konsumen sebesar Rp 760.960 per tahun per orang. Diasumsikan pada akhir tahun 2012 akan terdapat 50.000 pengunjung, maka estimasi nilai ekonomi akan mencapai Rp 38 miliar per tahun.

Hasil tersebut akan menjadi prospek yang sangat menguntungkan bagi Nglimut sebagai objek wisata alam di Kendal yang berada di dekat Kota Semarang dengan kepadatan populasi yang tinggi.

Kata kunci : Pariwisata, Usaha Alam, *Travel Cost*, Nglimut, Kendal, Jawa

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan mengucapkan puji syukur *alhamdulillah* penulis panjatkan hanya kepada Allah SWT yang berkat Kebesaran-Nya telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan serta tak lupa juga ilmu pengetahuan yang dilimpahkan-Nya pada penulis sehingga skripsi dengan judul “ANALISIS KUNJUNGAN WISATAWAN OBJEK WISATA NGLIMUT KECAMATAN LIMBANGAN KABUPATEN KENDAL” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Prodi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Program Sarjana Universitas Diponegoro. Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, dorongan, dan kerjasama dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Ak., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Anis Chariri, S.E, M.Com, Ph.D, Akt. selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

3. Bapak Drs. Y. Bagio Mudakir, MSP. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam membimbing, memberikan arahan dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dra. Hj. Indah Susilowati, MSc.Ph.D dan ibu Nenik Woyanti, SE., Msi. selaku penguji sekaligus pembimbing akademik penulis yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama menyusun revisi skripsi ini.
5. Ibu Dra. Tri Wahyu Rejekiningsih, M.Si selaku dosen wali IESP angkatan 2007 Reguler I yang telah memberikan dosen pembimbing sesuai dengan permintaan penulis.
6. Daddy Mommy (H. Faisal Umar dan Dra. Hj. Nila Herlinda N. Akt. Msi.) yang dengan kesabarannya selalu memberikan doa, nasihat, dukungan, dan pengertian yang begitu besar kepada anaknya dalam menyusun skripsi ini. Janjiku akan membahagiakan dan membanggakan beliau berdua akan aku tepati, *soon*.
7. Adikku Haykal, Oma Nelly, Tante Devi, Om Al, Om Ben, Bunda Cen, Tante Silvi, Tante Imel, Uncle Buyung, Uncle Fuad, Tante Upik, Tante Sri dan semua sanak familiku yang telah memberikan *support* dan doa selalu padaku dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bang Ichsan, Bang Wahyu, Teh Yuni, Dinda, Kak Ipat, Nadia, Ulya, Zia, Kiky, Dian, Jerry dan semua sepupu-sepupuku yang selalu memberikan semangat dan doa kepada saudaranya ini agar menjadi orang sukses, amin.

9. Lelaki favorit untuk masa depanku, Nurrizki Dwianto Widodo, ST.
Terimakasih untuk waktu, pikiran, perasaan dan kesabarannya yang super padaku. Mari kita bangun cita-cita dan impian kita bersama, *sure we can do it*, amin.
10. *My besties ever* Petra, Alia, Floo *Girls* (Tika, Pepi, Pepen, Maltha, Erlin), Haila, *Districtsides family & Keluarga Cemalay* (Mas Hakim, Mas Kartun, Mba Kiky, Mas Gendut, Mas Fahmi, Mas Adit, Mas Aldy, Mas Fresky, Mba Tari, Mba Tia), Mba Nia, Tito, Denny. Dolina sekuat ini karena ada kalian semua.
11. *My homies* Nina, Anggi, Adel, Dheo, Cepe, Obi, Icing, Nyoman, Brantas, Joga terimakasih buat dukungannya selama ini. Ayo kita berkelana lagi.
12. Teman-teman seperjuanganku IESP 2007 reguler I. Tiga setengah tahun kita bersama dan sekarang dimanapun kalian berada aku ucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan kalian yang tidak ternilai. Terutama buat Ari, Adit, Anthony, Arif, Aji, Danta, Yoshinta, Nenna, Lifta dan Tiwi yang telah banyak membantu.
13. Mba Alfa Farah SE, MSc. Dan mba Mayanggita Kirana, SE, Msi yang telah memberikan arahan, *support* dan kesempatan untuk *sharingnya*.
14. Teman-teman KKN Kelurahan Bandengan & keluarga besarku KKN Kecamatan Kota Kendal 2011, terimakasih untuk semangat dan waktu yang indah dahulu, *unforgettable*.
15. Teman-teman OSIS SMA 3 Semarang, SMP 1 Semarang, PASKIBAR, seluruh teman semasa sekolah dan kuliah baik junior maupun senior, dan

semua teman-teman dalam suka dan duka, terimakasih atas doa dan semangatnya.

16. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf dari Fakultas Ekonomi yang banyak membantu dalam proses belajar mengajar dan pengurusan administrasi yang diperlukan.
17. Petinggi dan staf dari Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya, staf BAPPEDA, bagian pengurusan ijin penelitian Kesbangpolinmas Kabupaten Kendal serta Pengelola objek Wisata Alam Nglimut yang telah memberikan perijinan dan data-data yang diperlukan.
18. Semua responden yang telah mengisi kuesioner penelitian selama di objek Wisata Alam Nglimut.
19. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semarang, 5 Maret 2012

Dolina Gitapati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian	11
1.4. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Teori Permintaan	13
2.1.2. Pariwisata dan Permintaan Pariwisata	18
2.1.2.1. Definisi Pariwisata	18
2.1.2.2. Permintaan Pariwisata	19
2.1.2.3. Pengertian Wisatawan	22
2.1.2.4. Jenis dan Macam Pariwisata	23
2.1.2.5. Jenis dan Macam Wisatawan	28
2.1.3. Industri Pariwisata	30
2.1.3.1. Pengertian Industri pariwisata	30
2.1.3.2. Unsur-Unsur Industri Pariwisata	30
2.1.3.3. Karakteristik Industri Pariwisata	33
2.1.3.4. Ciri-Ciri Industri Pariwisata	34
2.1.4. Objek dan Atraksi Wisata	36
2.1.5. Valuasi Ekonomi	39
2.1.5.1. Pendekatan Biaya Perjalanan	41
2.2. Hubungan Antar Variabel	44
2.3. Penelitian Terdahulu	47
2.4. Kerangka Pemikiran	52
2.5. Hipotesis	54

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian	55
3.1.1. Variabel Penelitian	55
3.1.2. Definisi Operasional	56
3.2. Populasi dan Sampel	58
3.2.1. Populasi	58
3.2.2. Sampel	58
3.3. Jenis dan Sumber Data	59
3.3.1. Jenis Data	59
3.3.2. Sumber Data	59
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	60
3.5. Metode Analisis	60
3.5.1. Uji Reliabilitas	60
3.5.2. Analisis Regresi	61
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	63
3.5.3.1. Uji Heteroskedasitas	64
3.5.3.2. Uji Autokorelasi	65
3.5.3.3. Uji Multikolinearitas	65
3.5.4. Uji Kriteria Statistik	66
3.5.4.1. Koefisien Determinasi	66
3.5.4.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	66
3.5.4.3. Uji Signifikansi Paramater Individual (Uji t)	69
3.5.5. Perhitungan Valuasi Ekonomi	70
 BAB IV HASIL DAN ANALISIS	 72
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	72
4.1.1 Kabupaten Kendal	72
4.1.2 Profil Objek Wisata Alam Nglimut	74
4.2 Gambaran Umum Responden	77
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	82
4.4 Analisis Data dan Pembahasan	87
4.4.1 Uji Reliabilitas	87
4.4.2 Analisis Penyimpangan Asumsi Klasik	88
4.4.2.1 Uji Heteroskedasitas	88
4.4.2.2 Uji Autokorelasi	89
4.4.2.3 Uji Multikolinearitas	89
4.4.3 Analisis Linier Berganda	90
4.4.4 Pengujian Hipotesis	92
4.4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	92
4.4.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	93
4.4.5 Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen	97
4.4.6 Perhitungan Valuasi Ekonomi	104

BAB V PENUTUP	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Keterbatasan	108
5.3 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Sumbangan Sektor Pariwisata Terhadap PAD Provinsi Jawa Tengah tahun 2007-2010	4
Tabel 1.2 Retribusi Objek Wisata, Retribusi Restoran/bar dan retribusi hotel dari objek-objek wisata di Kabupaten Kendal tahun 2007-2010	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 4.1 Responden Menurut Asal	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	79
Tabel 4.3 Profil Responden	82
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedasitas dengan Uji Glejser	88
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	89
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas dengan regresi parsial dan <i>tolerance</i> & VIF.....	90
Tabel 4.8 Hasil Regresi dengan Metode OLS	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Kabupaten Kendal.....	8
Gambar 2.1 Kurva Permintaan	14
Gambar 2.2 Kurva Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya	21
Gambar 2.3 Konsumsi Pariwisata	40
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1 Peta Administratif Kabupaten Kendal	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A Surat Ijin Penelitian	114
LAMPIRAN B Kuesioner Penelitian	115
LAMPIRAN C Data Mentah Responden	120
LAMPIRAN D Uji Reliabilitas, Output Regresi SPSS 17.0, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Normalitas	125
LAMPIRAN E Surplus Konsumen dan Valuasi Ekonomi	139
LAMPIRAN F Atraksi-Atraksi Objek Wisata Alam Nglimut	140
LAMPIRAN G Tabel F, Tabel t, Tabel DW	145
LAMPIRAN H Curriculum Vitae Penulis	148

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara selain dari sektor migas yang sangat potensial dan mempunyai andil besar dalam membangun perekonomian. Pemerintah sangat berharap bahwa sektor pariwisata akan mampu menjadi pengganti pemasok devisa utama setelah peran migas yang mengalami degradasi. Sebagai sektor strategis nasional, pariwisata juga mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktivitas pariwisata baik bersifat langsung berupa penyerapan tenaga kerja disektor pariwisata maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti penginapan, rumah makan, jasa transportasi dan lain-lain.

Menurut Yoeti (1997), adanya pariwisata sangat mendukung dari segi perolehan dana untuk penyelenggaraan negara dan memberikan dampak-dampak seperti:

1. Meningkatkan produk dari hasil kerajinan tangan kesenian dan kebudayaan.
2. Memberi kesempatan pada pasar produk industri kecil untuk memperluas pasarnya ke dunia internasional.
3. Sebagai penambah pendapatan negara, bahkan dapat menjadi pengganti migas dalam menghasilkan devisa.

4. Membantu perkembangan sektor-sektor lain karena terjadi keterkaitan dalam proses pemasaran dan pengembangannya.

Ditinjau dari segi ekonomi 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.

Dari segi sosial, dimana kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan.

Dari segi budaya, pariwisata merupakan sarana untuk memperkenalkan alam dan kebudayaan daerah tujuan wisata, meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya dan memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan. Dengan sarana inilah dapat mendorong kreativitas rakyat dalam menggali dan meningkatkan serta melestarikan seni budaya daerahnya.

Sektor pariwisata akan menjadi aset Negara Indonesia apabila mampu dikelola dengan baik. 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 memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun

mancanegara dan menjadi penopang perekonomian negara karena dapat membantu sektor lain seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat dan lain sebagainya karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata. Kekayaan sumber daya alam dan budaya tersebut diharapkan mendapat pengemasan yang lebih berkualitas, pendayagunaan secara maksimal, dan dijaga kelestariannya. Sebaiknya pariwisata harus mampu secara optimal memberi nilai tambah ekonomis untuk daerah pemilik potensi wisata.

Dengan 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.

Propinsi Jawa Tengah merupakan salah satu daerah tujuan wisata nasional yang menjadi prioritas pengembangan pariwisata Indonesia yang memiliki pesonanya tersendiri. Dengan letak yang strategis dan daerah yang masih tergolong alami dan sarat akan kebudayaan, Jawa Tengah menjadi salah satu pusat wisata yang menarik yang menawarkan berbagai macam tujuan wisata seperti pemandangan alam, budaya atau barang-barang kerajinan. Contohnya seperti kawasan Candi Borobudur, Keraton Solo, wisata air Waterblaster, Baturraden, dataran tinggi Dieng, Curug Sewu, Tawangmangu dan objek wisata lainnya.

Tabel 1.1

Sumbangan Sektor Pariwisata Kabupaten Kendal dan Provinsi Jawa Tengah Terhadap PAD di provinsi Jawa Tengah tahun 2007-2010

Tahun	Kendal	Jawa Tengah	%	PAD	%
2007	572.752.500	63.250.298.050	0,91	2.970.030.968,74	2,13
2008	893.714.000	85.521.610.454	1,05	4.057.776.195,98	2,11
2009	796.728.000	112.469.856.990	0,71	3.716.052.663,29	3,03
2010	833.994.000	118.513.629.758	0,70	4.417.869.229,53	2,68

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah, 2012

Pada tabel 1.1, dapat dilihat bahwa sumbangan sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Jawa Tengah mengalami kenaikan jumlah pendapatan dari tahun ke tahun walaupun kontribusi untuk PAD sendiri masih terbilang kecil, begitu pula dengan kontribusi pariwisata Kabupaten Kendal terhadap pariwisata Provinsi Jawa Tengah. Namun ini menjelaskan bahwa sumbangan sektor pariwisata terhadap PAD Jawa Tengah mengalami perkembangan tiap tahunnya.

Kabupaten Kendal sebagai salah satu kabupaten di Jawa Tengah memiliki sektor pariwisata yang merupakan salah satu sektor yang strategis dan potensial untuk dikembangkan, mengingat potensi obyek wisata yang dimiliki Kabupaten Kendal sangat beragam meliputi obyek wisata daerah pantai, dataran rendah sampai daerah pegunungan di beberapa Kecamatan. Dengan diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004 dan UU No.33 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, memberi tanggung jawab dan tuntutan yang lebih besar untuk menggali dan

mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki demi pembangunan di daerah. Melalui “Kendal Tuan Rumah Yang Baik Bagi Wisatawan”, Kabupaten Kendal berusaha untuk mewujudkan harapan besar yaitu sebagai daerah tujuan wisata. Beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Kendal yaitu objek wisata alam seperti Air Terjun Curug Sewu, Pantai Sendang Sikucing di Kecamatan Rowosari, Wisata Alam Nglimut di Kecamatan Limbangan, Pantai Jomblom di Kecamatan Cepiring dan Goa Kiskendo di Kecamatan Singorojo. Dari beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Kendal, hanya dua objek wisata yang dikelola oleh Pemerintah yaitu Air Terjun Curug Sewu dan Pantai Sendang Sekucing. Sedangkan objek wisata lainnya dikelola oleh swasta.

Objek Wisata Alam Nglimut merupakan salah satu objek wisata yang menarik dan cukup lengkap dengan fasilitas-fasilitas seperti *cafetaria*, pemandian air panas, *outbond*, kolam renang, *camping ground*, kebun binatang mini, pemancingan, taman bermain anak-anak, gazebo untuk berkumpul, pemandangan alam yang indah sampai villa disediakan disini. Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa objek wisata Nglimut termasuk penyumbang pendapatan daerah yang cukup tinggi di Kabupaten Kendal dan sebagai penyumbang pendapatan tertinggi untuk objek wisata yang dikelola swasta. Curug Sewu adalah objek wisata yang paling banyak memberikan kontribusi dalam bentuk retribusi karena objek wisata ini telah menjadi objek wisata unggulan di Kabupaten Kendal dan mendapat subsidi dari pemerintah. Begitu pula dengan Pantai Sendang Sikucing yang termasuk objek wisata unggulan dalam kategori wisata bahari.

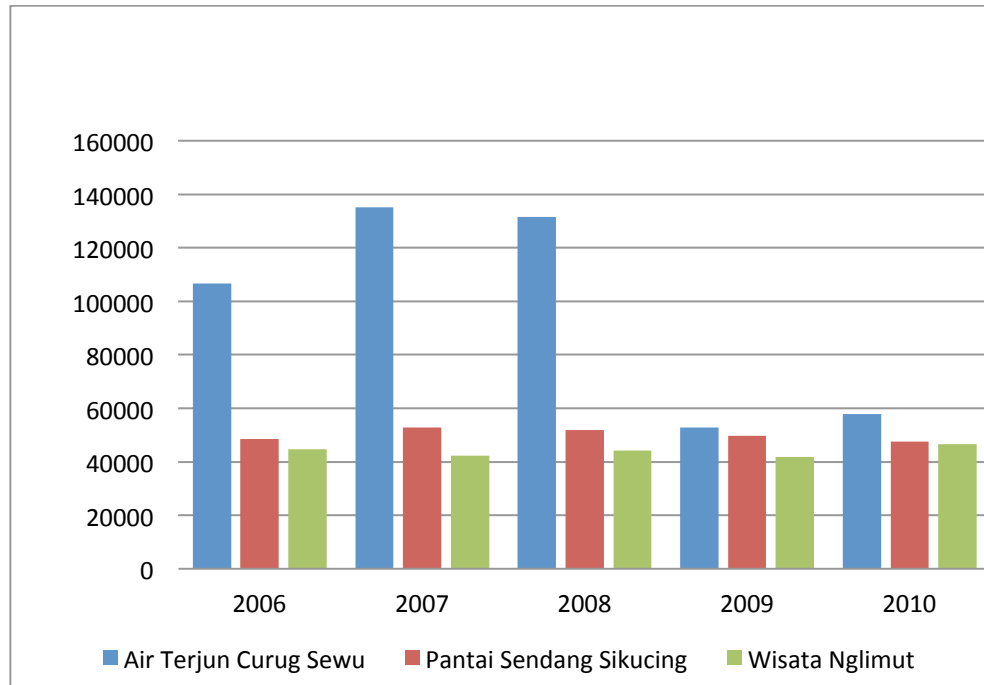
Tabel 1.2
Retribusi Objek Wisata, Retribusi Restoran/Bar dan Retribusi Hotel dari Objek-Objek Wisata di Kabupaten Kendal
Tahun 2006-2010 (rupiah)

Objek Wisata	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%	2010	%
Air Terjun Curug Sewu	166.594.000	27,4	209.701.000	39,5	267.039.000	45,7	242.000.000	44,8	255.557.000	44,9
Air Panas Gonoharjo	25.500.000	4,2	30.317.000	5,7	26.914.000	4,6	28.500.000	5,2	27.451.000	4,8
Wisata Alam Nglimit	90.463.000	15	79.750.000	15,1	84.549.000	14,5	78.400.000	14,5	88.439.000	15,6
Goa Kiskendo	62.800.000	10,3	10.558.000	1,9	15.833.000	2,7	12.500.000	2,3	16.101.000	2,8
Pantai Sendang Sikucing	171.760.000	28,3	80.187.000	15,2	88.841.000	15,2	79.879.500	14,7	92.533.000	16,2
Pantai Jomblom	15.750.000	2,5	12.374.000	2,3	10.904.000	1,8	10.320.000	1,9	9.380.000	1,6
Kolam Renang Boja	64.000.000	10,5	95.119.000	17,9	75.601.000	12,9	74.500.000	13,8	59.571.000	10,4
Retribusi RM & Hotel	9.150.000	1,5	12.506.000	2,3	14.343.000	2,4	13.750.000	2,5	19.462.000	3,4
TOTAL	606.017.000	100	530.512.000	100	584.024.000	100	539.849.000	100	568.494.000	100

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal dan pengelola objek wisata lainnya

Walaupun berbagai macam fasilitas telah disediakan, namun objek Wisata Alam Nglimut belum mampu untuk mengungguli jumlah pendapatan dan jumlah pengunjung objek wisata Curug Sewu dan Sendang Sikucing yang merupakan wisata unggulan sekaligus dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Kendal. Ini dibuktikan pada gambar 1.1, ditampilkan jumlah pengunjung objek wisata Curug Sewu, Sendang Sikucing dan Wisata Alam Nglimut dimana masing-masing memiliki perkembangan jumlah pengunjung yang berbeda-beda. Jumlah pengunjung objek wisata Curug Sewu relatif lebih tinggi daripada Sendang Sikucing dan Wisata Alam Nglimut. Wisata Alam Nglimut mengalami fluktuasi jumlah pengunjung. Pada tahun 2007, jumlah pengunjung mengalami penurunan dari 44.765 orang menjadi 42.312 orang dan pada tahun 2009 dari 44.090 orang menjadi hanya 41.889 orang. Namun di tahun 2010 pengunjungnya mengalami peningkatan melebihi tahun-tahun sebelumnya yaitu sebanyak 46.590 orang. Tetapi jumlah pengunjung objek wisata alam Nglimut masih di bawah jumlah pengunjung Curug Sewu dan Sendang Sikucing, walaupun kedua objek wisata tersebut cenderung menurun jumlah pengunjungnya di tiga tahun terakhir. Curug Sewu selalu menjadi objek wisata yang tertinggi jumlah pengunjungnya walaupun pada tahun 2009 mengalami penurunan jumlah pengunjung yang sangat drastis tetapi jumlahnya tidak pernah lebih kecil dari jumlah kedua objek wisata yang lain.

Gambar 1.1
Jumlah Pengunjung Objek Wisata Kabupaten Kendal
Tahun 2006-2010 (orang)



Sumber : BPS dan Pengelola Objek Wisata Nglimut, diolah

Bila ditelusuri dan dikaji dari beberapa faktor seperti faktor transportasi, di kedua objek wisata baik Curug Sewu maupun Pantai Sendang Sikucing tidak banyak alat transportasi umum menuju kesana, semuanya masih tergantung dari adanya kendaraan pribadi. Faktor prasarana seperti kondisi jalan pun hampir sama keadaannya dengan jalan menuju ke Wisata Alam Nglimut. Untuk faktor jarak, Curug Sewu bahkan memiliki jarak yang terjauh, ± 50 km dari Kota Semarang dan ± 40 km dari Kota Kendal. Sedangkan Pantai Sendang Sikucing berjarak ± 35 km dari Kota Kendal menuju ke Weleri. Dalam faktor fasilitas pun, Wisata Alam Nglimut tidak kalah lengkap dengan Curug Sewu, hanya saja Curug Sewu

menampilkan keindahan alam air terjun dalam atraksinya, dan jika dibandingkan dengan fasilitas Pantai Sendang Sikucing, objek wisata bahari ini memiliki fasilitas yang kalah bersaing dibanding Wisata Alam Nglimut.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata alam Nglimut serta mengukur nilai ekonomi objek wisata alam Nglimut dengan menggunakan valuasi ekonomi (*total economic value*) suatu kawasan wisata alam, sehingga dapat diketahui nilai permintaan yang terkandung dalam objek wisata tersebut. Pemanfaatan sumber daya alam dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan pariwisata di suatu objek wisata namun didukung dengan pelestarian di objek wisata tersebut. Karena dengan rusaknya sumber daya alam pada obyek wisata tertentu akan sangat berpengaruh pada kemauan wisatawan untuk membayar (*willingness to pay*) pada obyek wisata tersebut. Penilaian individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar, dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut (Surplus Konsumen). Maka dari itu perlu diketahui nilai ekonomi yang terkandung pada objek wisata alam Nglimut serta keinginan wisatawan untuk membayar obyek wisata alam Nglimut dan surplus konsumen yang didapat oleh pengunjung, sehingga membantu untuk menentukan pengembangan objek wisata alam Nglimut di Kabupaten Kendal.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam perkembangan dunia pariwisata sekarang ini, jenis pariwisata di Indonesia yang sedang digemari adalah pariwisata yang berbasis lingkungan atau

alam dan pariwisata yang berbasis sejarah. Objek wisata alam Nglimut, Kabupaten Kendal memiliki sebuah alternatif tempat berlibur dan berekreasi yang menarik, lengkap, dapat mencakup segala umur serta kelas ekonomi dalam masyarakat dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat melalui atraksi wisata dan keindahan panorama alamnya. Namun potensi tersebut masih belum mampu bersaing dengan objek wisata yang dikelola oleh pemerintah dan masih kurang didukung oleh kemudahan akses untuk mencapai lokasi wisata tersebut, di mana jaranganya transportasi umum menuju objek wisata alam Nglimut dan cukup jauh dari jalan utama.

Pertanyaan peneliti yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan objek wisata alam Nglimut Kabupaten Kendal?
2. Berapakah besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung objek wisata alam Nglimut Kabupaten Kendal?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh variabel-variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan objek wisata alam Nglimut Kabupaten Kendal dengan analisis regresi linier berganda.

2. Mengestimasi besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung objek wisata alam Nglimut Kabupaten Kendal dengan menggunakan perhitungan surplus konsumen.

1.3.2 Kegunaan penelitian :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penentu kebijakan-kebijakan di masa yang akan datang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan objek Wisata Alam Nglimut dan bahan informasi dan masukan bagi pengelola objek Wisata Alam Nglimut.
2. Sebagai sebagai sumbang saran bagi instansi atau lembaga yang berwenang seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal dan Bappeda Kabupaten Kota Kendal dalam rangka membimbing pengembangan pariwisata di Kabupaten Kendal dan sebagai bahan referensi studi tentang kepariwisataan.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

1.3 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

merupakan bagian pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

merupakan telaah pustaka yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

merupakan metode penelitian yang meliputi variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, analisis jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

merupakan hasil dan analisis yang meliputi diskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dan saran atas dasar penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

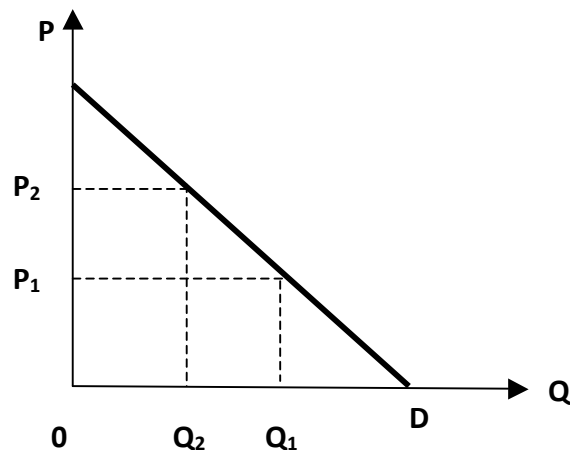
2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Menurut Nopirin (2000), teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu. Menurut McEachern (2000) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai kombinasi penggunaan sumber daya tersebut.

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, dan sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sadono Sukirno, 2005). Hal tersebut disebabkan karena hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, dengan asumsi hal lain tetap atau *ceteris paribus* (Samuelson, 1998).

Gambar 2.1 Kurva Permintaan



Sumber : Samuelson dan Nordhaus, 1998

Seperti yang diilustrasikan pada gambar 2.1 diatas, kurva permintaan (DD) terbentuk dari kombinasi harga (P) dan jumlah barang yang diminta (Q). Ketika harga sebesar P_1 dengan jumlah barang sebesar Q_1 . Kemudian harga berubah/naik menjadi P_2 maka Q akan berubah/turun menjadi Q_2 . Hal ini sesuai dengan hukum permintaan, P dan Q berhubungan berlawanan.

Kurva permintaan DD memiliki slope yang negatif menunjukkan konsumen bersedia untuk membeli lebih banyak pada harga yang relatif lebih murah (Pindyck, 2004).

The demand curve slopes downward demonstrating that consumers are willing to buy more at lower price as the product becomes relatively cheaper.

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi (Boediono, 1999).

Fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$Q_D = f (P_Q, P_{s,i}, Y, S, D) \dots\dots\dots (2.1)$$

Keterangan :

Q_D = jumlah barang yang diminta

P_Q = harga barang itu sendiri

$P_{s,i}$ = harga barang substitusi

Y = pendapatan

S = selera

D = jumlah penduduk

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan selain harga menurut Sadono Soekirno (2005) adalah sebagai berikut:

1) **Harga Barang-Barang yang Berkaitan**

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

a. Barang pengganti

Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang, barang tersebut dapat bersifat substitusi (pengganti). Apabila harga barang lebih murah maka jumlah permintaan terhadap barang yang digantikan akan mengalami penurunan.

b. Barang pelengkap

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

c. Barang netral

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

2) Pendapatan

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

a. Barang inferior

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

b. Barang esensial

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

permintaan pada barang ini cenderung tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

c. Barang normal

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

d. Barang mewah

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

3) Selera dan Preferensi

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

4) Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan permintaan. Misalnya, konsumen akan memperhatikan apakah harga tersebut di masa mendatang akan memiliki harga yang tinggi sehingga akan mendorong mereka membeli lebih banyak di masa kini.

5) Jumlah Penduduk

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

6) Distribusi Pendapatan

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

2.1.2 Pariwisata dan Permintaan Pariwisata

2.1.2.1 Definisi Pariwisata

Definisi pariwisata secara luas adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. James J. Spillane (1987) mengatakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan lain-lain. Lain halnya dengan Donald E. Lundberg *et al* (1995) yang menyatakan bahwa pariwisata adalah konsep yang dapat dilihat dari sudut pandang yang berbeda. Pariwisata adalah kegiatan dimana orang terlibat dalam perjalanan jauh dari tempat tinggal terutama untuk bisnis atau kesenangan. Pariwisata adalah bisnis dimana menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan dan melibatkan setiap pengeluaran yang dikeluarkan oleh atau untuk pengunjung untuk perjalanannya.

Pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan bersejarah, kesehatan, dan pariwisata spiritulisme, seiring dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan, maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Wiyasa, 1997).

2.1.2.2 Permintaan Pariwisata

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

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

Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian : perorangan (individu), Usaha Kecil Menengah, Perusahaan Swasta, dan Sektor Pemerintah (Sinclair dan Stabler, 1997). Data vital yang dapat dijadikan indikator permintaan wisatawan akan suatu daerah wisata adalah :

1. Jumlah atau kuantitas wisatawan yang datang.
2. Alat transportasi apa yang digunakan sehubungan dengan kedatangan wisatawan tersebut.

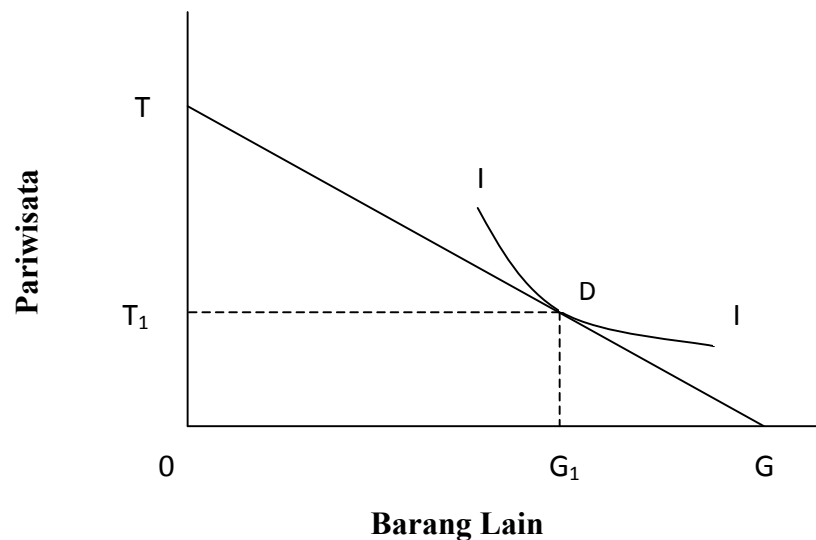
3. Berapa lama waktu tinggal.
4. Berapa jumlah uang yang dikeluarkan.

Permintaan pariwisata juga didasarkan pada anggaran belanja yang dimilikinya, hal ini merupakan kunci dari permintaan pariwisata. Seseorang akan mempertimbangkan untuk mengurangi anggaran yang dimilikinya untuk suatu kepentingan liburan. Sementara itu kegiatan liburan atau pariwisata ini merupakan suatu aktivitas yang dapat menciptakan permintaan karena kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan sendirinya akan memerlukan pelayanan seperti transportasi akomodasi, *catering*, restoran, hiburan, dan pelayanan lainnya.

Dalam kondisi ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk berpariwisata dan pada selain itu juga dapat digunakan seluruhnya untuk mengkonsumsi barang lain. Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang tergantung pada preferensi mereka. Kombinasi alternatif antara pariwisata dan barang lain dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama kepada konsumen, misalnya, konsumsi yang rendah terhadap pariwisata dan konsumsi yang tinggi terhadap barang lain memberikan kepuasan yang sama seperti konsumsi pariwisata yang tinggi dan konsumsi barang lain yang rendah, seperti diilustrasikan oleh kurva indifferen pada gambar 2.2. Seluruh kemungkinan kombinasi digambarkan sepanjang garis *budget line*, yaitu kemiringan yang menunjukkan harga relatif dari barang dan jasa dan yang digambarkan oleh TG. Seseorang dapat mengalokasikan anggarannya antara untuk pariwisata dan barang lainnya dengan memilih kombinasi yang memaksimalkan kepuasan. Pada D, dimana kurva indifferen bersinggungan dengan

budget line, menghasilkan tingkat pariwisata OT_1 dan konsumsi OG_1 dari barang lain. Seseorang dengan preferensi yang lebih kuat terhadap pariwisata akan mengambil kombinasi sebelah kiri titik D, sedangkan seseorang yang lebih banyak mengkonsumsi barang lain akan memiliki kurva indiferen yang bersinggungan dengan TG ke arah kanan titik D (Sinclair dan Stabler, 1997).

Gambar 2.2
Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya



Sumber : Sinclair & Stabler, 1997

Orang harus memutuskan tidak hanya kombinasi yang paling disukai antara pariwisata (*relative*) terhadap barang lain, namun juga kombinasi yang paling disukai antara berbagai jenis pariwisata. Sebagai contoh, seorang wisatawan dapat membelanjakan seluruh anggaran berwisatanya untuk berkunjung ke teman atau seluruhnya digunakan untuk berlibur di lokasi baru, ke luar negeri, atau dapat pula memilih berbagai kombinasi dari keduanya. Posisi optimal pada akhirnya tergantung pada anggaran dan preferensi seseorang serta diasumsikan bahwa

anggaran dialokasikan antara jenis-jenis pariwisata yang berbeda agar memaksimalkan kepuasan.

Fungsi permintaan pariwisata dapat dituliskan sebagai berikut:

$$D = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \dots \dots \dots (2.2)$$

Dimana D adalah permintaan pariwisata $X_1 \dots X_n$ adalah sebagai variabel independen yang berkedudukan sebagai faktor yang mempengaruhi permintaan. Untuk mengidentifikasikan maka diperlukan faktor-faktor eksternal dan internal untuk melihat dan menganalisis strategi yang tepat pada pengembangan kawasan obyek wisata dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

2.1.2.3 Pengertian Wisatawan

Wisatawan adalah seseorang tanpa membedakan ras, jenis kelamin, bahasa, agama, yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian lain daripada negara di mana orang itu biasanya tinggal dan berada disitu kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, di dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non-imigran yang legal, seperti perjalanan wisata, rekreasi, olahraga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan atau urusan usaha (Spillane, 1987). Dalam penulisan ini definisi wisatawan adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan serta kunjungannya. Dari beberapa batasan yang telah disebut di atas, maka secara umum didapat ciri-ciri tentang seseorang yang disebut sebagai wisatawan, yaitu: perjalanan yang dilakukan lebih dari 24 jam, perjalanan tersebut hanya untuk sementara waktu, dan orang yang melakukan perjalanan itu tidak

mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjunginya. Para wisatawan pun mempunyai motif untuk mengadakan perjalanan wisata. Motif-motif wisata dibagi menjadi empat kelompok (McIntosh dalam Yoeti, 2008) :

1. Motif fisik. Motif ini berhubungan dengan kebutuhan badaniah/fisik seperti olahraga, istirahat, kesehatan, dan sebagainya.
2. Motif budaya. Motif ini adalah sifat dari wisatawan, bahwa mereka ingin mempelajari atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain seperti kebiasaan, kehidupan sehari-hari, musik, tarian, dan sebagainya.
3. Motif interpersonal. Motif ini terlahir dari keinginan wisatawan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga, atau orang-orang tertentu seperti artis atau tokoh politik.
4. Motif status atau prestise. Motif ini didasari atas anggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat/daerah lain melebihi sesamanya yang tidak pernah bepergian akan menaikkan gengsi bahkan statusnya.

2.1.2.4 Jenis dan Macam Pariwisata

Walaupun banyak jenis pariwisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan yang terdapat di daerah tujuan wisata yang dapat menarik *customer* untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan

prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut, jenis-jenis pariwisata tersebut adalah (Spillane, 1987):

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

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

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

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

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

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

4. Pariwisata untuk urusan usaha 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.

5. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

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

Pariwisata ini dapat dibagi lagi menjadi dua kategori:

- a. *Big sports events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian bagi penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting tourism of the practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.

6. Pariwisata untuk konvensi (*Convention Tourism*)

Banyak negara yang tertarik dan menganggap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang *convention tourism*.

Selain dipandang dari jenisnya, pariwisata dapat pula dilihat dari kriteria lain yaitu bentuk-bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya perjalanan, dan pengaruhnya terhadap ekonomi akibat adanya perjalanan wisata tersebut. Bentuk-bentuk pariwisata ini adalah (Suwantoro, 2004):

1. Wisata dari segi jumlahnya, dibedakan atas:

- a. *Individual Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sepasang suami-istri.
- b. *Family Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh keluarga atau yang masih mempunyai hubungan saudara.
- c. *Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh sedikitnya 10 orang dan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan para anggotanya.

2. Wisata dari segi pengaturannya, dibedakan atas:

- a. *Pre-arranged Tour*, suatu perjalanan wisata yang telah diatur jauh hari sebelumnya, biasanya diatur oleh suatu lembaga yang mengurus perjalanan wisata yang bekerja sama dengan semua instansi yang terkait.
- b. *Packaged Tour*, suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh biro perjalanan wisata yang menyediakan paket-paket wisata guna memberikan kemudahan dalam melakukan perjalanan wisata.
- c. *Coach Tour*, suatu paket perjalanan wisata yang dipimpin oleh pemandu wisata, dilakukan secara rutin dan mempunyai waktu dan rute perjalanan yang telah ditetapkan.
- d. *Special Arranged Tour*, suatu perjalanan wisata yang disusun sesuai keinginan pelanggannya.
- e. *Optional Tour*, suatu perjalanan wisata tambahan yang dilakukan diluar perjanjian dan disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

3. Wisata dari segi maksud dan tujuan, dibedakan atas:
- a. *Holiday Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur dan bersenang-senang.
 - b. *Familiarization Tour*, suatu perjalanan anjagsana yang bertujuan untuk lebih mengenal bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
 - c. *Educational Tour*, suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Jenis wisata ini disebut juga study tour.
 - d. *Scientific tour* (wisata pengetahuan) yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
 - e. *Pileimage tour* (wisata keagamaan) yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan.
 - f. *Special mission tour* (wisata program khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
 - g. *Hunting tour* (wisata perburuan) yaitu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan sebagai hiburan.

4. Wisata dari segi penyelenggaraanya, dibedakan atas:

- a. *Excursion* (ekskursi) yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek.
- b. *Safari tour* yaitu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan khusus yang tujuan maupun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya.
- c. *Cruise tour* yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek wisata bahari dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar.
- d. *Youth tour* (wisata remaja) yaitu kunjungan wisata yang khusus diperuntukkan bagi para remaja menurut umur yang ditetapkan.
- e. *Marine tour* (wisata bahari) yaitu suatu kunjungan ke objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreck-diving*.

2.1.2.5 Jenis dan Macam Wisatawan

Berdasarkan sifat perjalanan, lokasi dimana perjalanan dilakukan, wisatawan dapat diklarifikasikan sebagai berikut (Yoeti, 1982):

1. *Foreign Tourism* atau wisatawan asing adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana dia biasanya tinggal,

istilah wisatawan asing saat ini populer dengan sebutan Wisatawan Mancanegara.

2. *Domestic Foreign Tourist* adalah orang asing yang berdim atau bertempat tinggal pada suatu negara yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara di mana dia tinggal. Orang tersebut bukan warga negara dimana dia berada tetapi Warga Negara Asing (WNA) yang karena tugas dan kedudukannya menetap dan tinggal pada suatu negara.
3. *Domestic Tourist* adalah Wisatawan Dalam Negeri (WDN) yaitu seorang warga negara yang melakukan perjalanan negaranya, wisatawan semacam ini lebih dikenal dengan Wisatawan Nusantara.
4. *Indigenous Foreign Tourist* adalah warga suatu negara tertentu yang karena tugas atau jabatannya berada di luar negeri dan pulang ke negara asalnya untuk melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
5. *Transit Tourist* adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api yang terpaksa singgah pada suatu pelabuhan/*airport*/stasiun bukan atas kemauannya sendiri. Biasanya ini terjadi apabila ada pergantian transportasi yang digunakan untuk meneruskan perjalanan ke negara tujuan atau menambah penumpang atau mengisi bahan bakar dan kemudian melanjutkan perjalanan ke tujuan semula. Waktu yang cukup lama untuk pergantian tersebut

itulah yang digunakan oleh penumpang untuk *tour* di tempat yang disinggahinya.

6. *Business Tourist* adalah orang yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata itu dilakukan setelah tujuan utamanya selesai. Jadi perjalanan wisata merupakan perjalanan sekunder setelah tujuan primernya.

2.1.3 Industri Pariwisata

2.1.3.1 Pengertian Industri Pariwisata

Industri pariwisata akan memberikan dampak positif dalam perekonomian, karena akan terjadi multiplier effect dan berfungsi sebagai katalisator dalam pembangunan. Multiplier effect akan terjadi karena industri pariwisata tidak berdiri sendiri, industri pariwisata akan mampu menghasilkan devisa karena didalamnya terdapat sektor-sektor lain yang produk-produknya dibutuhkan oleh pariwisata serta dapat juga digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja di Indonesia. Dengan kata lain, industri pariwisata akan mampu meningkatkan pendapatan nasional Indonesia.

2.1.3.2 Unsur-Unsur Industri Pariwisata

menurut James J. Spillane (1987), ada lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu:

a. *Attractions* (daya tarik)

Attractions dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.

b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Jenis fasilitas penginapan ditentukan oleh persaingan, setidaknya fasilitas yang ditawarkan harus sama dengan fasilitas yang tersedia di tempat persaingan di pasar yang sama. Jenis fasilitas penginapan juga ditentukan oleh jenis angkutan yang digunakan oleh wisatawan, misalnya perkembangan lapangan pesawat terbang sering menciptakan kebutuhan hotel-hotel yang bermutu. Selain itu ada kebutuhan akan *Support Industries* yaitu toko *souvenir*, *laundry*, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

c. *Infrastrucuture* (infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi dibawah dan diatas tanah dari suatu wilayah atau daerah, bagian penting dari infrastruktur pariwisata termasuk:

- a) Sistem pengairan
- b) Jaringan komunikasi
- c) Fasilitas kesehatan
- d) Sumber listrik dan energi
- e) Sistem pembuangan kotoran/air
- f) Jalan-jalan/jalan raya

Jika semakin lama suatu tempat tujuan menarik semakin banyak wisatawan, maka dengan sendirinya akan mendorong perkembangan infrastruktur. Dalam kasus lain hal yang sebaliknya yang berlaku, perkembangan infrastruktur perlu untuk mendorong perkembangan pariwisata, infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal disana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

d. *Transportations* (transportasi)

Dalam pariwisata, kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu

perjalanan pariwisata, transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata, yang menyebabkan pergerakan seluruh roda industri pariwisata mulai dari tempat sang wisatawan tinggal menuju tempat dimana obyek wisata berada sampai kembali lagi ke tempat asal.

e. *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi. Situasi yang kurang aman mengenai makanan, air, atau perlindungan memungkinkan orang menghindari berkunjung ke suatu lokasi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

2.1.3.3 Karakteristik Industri Pariwisata

Menurut Spillane (1987), industri pariwisata mempunyai beberapa sifat khusus, yaitu:

- a. Produk wisata tidak dapat dipindahkan karena orang tidak dapat membawa produk wisata pada wisatawan, tetapi wisatawan itu sendiri

yang harus mengunjungi, mengalami, dan datang menikmati produk wisata tersebut.

- b. Produksi dan konsumsi terjadi pada waktu yang bersamaan, tanpa wisatawan yang sedang menggunakan jasa wisata itu tidak akan terjadi kegiatan produksi wisata.
- c. Pariwisata tidak mempunyai standar ukuran yang obyektif karena pariwisata memiliki berbagai ragam jenis pariwisata.
- d. Wisatawan tidak dapat mencicipi, mengetahui, ataupun menguji produk itu sebelumnya karena wisatawan hanya melihat dari brosur ataupun alat promosi lainnya.
- e. Produk wisata mengandung resiko tinggi karena memerlukan modal besar, sedangkan permintaannya sangat peka dan rentan terhadap situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat, kesenangan wisatawan, dan sebagainya.

2.1.3.4 Ciri-Ciri Industri Pariwisata

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

- a. *Service Industry*

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

Pengertian-pengertian yang terkandung dalam *services industry* antara lain:

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

b. *Labor Intensive*

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

c. *Capital Intensive*

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

d. *Sensitive*

Industri pariwisata sangat peka terhadap keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortably*). Dalam melakukan perjalanan wisata tidak seorang pun wisatawan yang mau mengambil resiko dalam perjalanan yang dilakukan. Sebagai contoh ketika terjadi ledakan bom di Bali kunjungan

wisatawan mancanegara ke Bai turun merosot hingga hotel, restoran dan toko cenderamata menutup usahanya.

e. *Seasonal*

Industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh musim, bila pada masa musim liburan (*peak season*) semua kapasitas akan terjual habis dan sebaliknya pada masa musim

libur selesai (*off-season*) semua kapasitas terbengkalai (*idle*) karena sepi pengunjung.

f. *Quick Yielding Industry*

Dengan mengembangkan pariwisata sebagai suatu industri, devisa (*foreign exchange*) akan lebih cepat jika dibandingkan dengan kegiatan ekspor yang dilakukan secara konvensional. Devisa yang diperoleh langsung pada saat wisatawan melakukan perjalanan wisata, karena wisatawan harus membayar semua kebutuhannya mulai dari akomodasi hotel, makanan dan minuman, transportasi lokal, oleh-oleh atau cenderamata, hiburan *city sightseeing* dan *tours*. Semuanya dibayar dengan valuta asing yang tentunya ditukarkan di *money changer* atau bank.

2.1.4 Objek dan Atraksi Wisata

Dalam pengembangan produk industri pariwisata, objek dan atraksi wisata mempunyai peranan sekaligus menentukan dalam penarikan kunjungan wisatawan. Kedua unsur ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan,

karena dimana ada obyek wisata maka disana pula terdapat atraksi wisata. Sesuatu yang dapat disebut dengan obyek wisata yaitu apabila untuk melihat obyek tersebut tidak ada persiapan yang dilakukan terlebih dahulu. Dengan kata lain obyek dapat dilihat secara langsung tanpa bantuan orang lain seperti pemandangan alam, gunung, sungai, danau, candi, monumen, mesjid, gereja, dan pura. Semuanya itu dapat dilihat tanpa bantuan orang lain, walaupun terkadang harus membayar untuk sekedar tanda masuk atau dikenal sebagai karcis.

Berbeda halnya dengan atraksi wisata yaitu segala sesuatu yang harus dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati. Misalnya tarian, kesenian, rakyat, dan upacara adat. Tanpa persiapan yang matang maka atraksi tidak dapat menarik dan tidak berjalan dengan lancar sehingga tidak menjadi daya tarik bagi wisatawan. Jadi, obyek dan atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang dapat menjadi daya tarik agar orang-orang mau berkunjung ke tempat tersebut.

Hal-hal yang dapat menarik untuk berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata (Yoeti, 2008):

1. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta seperti iklim (matahari, kesejukan, kering, panas, dan hujan), bentuk tanah dan pemandangan (lembah, pegunungan, air terjun, dan gunung berapi), hutan belukar, flora dan fauna, pusat-pusat kesehatan (sumber air panas, sumber air mineral, dan belerang).

2. Hasil ciptaan manusia, baik yang bersifat sejarah, kebudayaan, maupun keagamaan, seperti monumen bersejarah, museum, kesenian rakyat, kerajinan rakyat, acara tradisional, festival kesenian, dan tempat ibadah.
3. Tata cara hidup masyarakat adalah salah satu sumber terpenting untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Misalnya adat istiadat Ngaben di Bali, Sekaten di Yogyakarta, Penggilingan Padi di Karanganyar, dan Upacara Waisak di Borobudur.

Dalam kaitannya dengan obyek dan atraksi wisata maka pengembangan suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata yang dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus diperlukan bahwa daerah tersebut mempunyai *something to see, something to do, dan something to buy*. *Something to see* artinya di daerah tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain, sehingga daerah tersebut mempunyai karakteristik tersendiri. *Something to do* berarti di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, ada pula fasilitas rekreasi yang harus tersedia yang dapat membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di daerah tersebut. *Something to buy* artinya tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang-barang *souvenir* dan kerajinan rakyat. Selain itu tersedia sarana pendukung seperti bank, kantor pos, dan telekomunikasi.

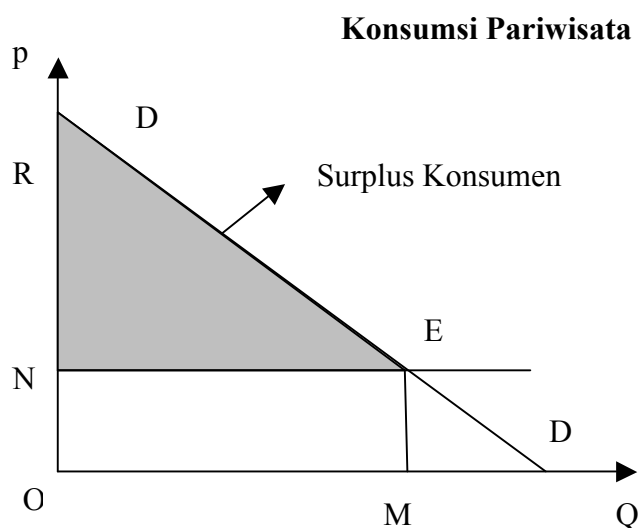
2.1.5 Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan sumber daya alam dan lingkungan terlepas baik dari nilai pasar (*market value*) atau non pasar (*non market value*). Tujuan dari studi valuasi adalah untuk menentukan besarnya *Total Economic Value* (TEV) pemanfaatan sumberdaya alam dan lingkungan.

Nilai TEV merupakan jumlah dari Nilai Guna (*Direct Use Value*), yaitu nilai yang diperoleh dari pemakaian langsung atau yang berkaitan dengan sumberdaya alam dan lingkungan yang dikaji atau diteliti. Nilai ini terdiri dari nilai yang berkaitan dengan kegiatan komersial, subsistensi, *leisure* dan aktivitas lain yang bertautan dengan sumberdaya alam yang ditelaah. Sedangkan Nilai Guna Tak Langsung (*In Direct Use Value*), berkaitan dengan perlindungan atau dukungan terhadap kegiatan ekonomis dan harta benda yang diberikan oleh suatu sumberdaya alam dan Nilai Pilihan (*Option Use Value*) nilai guna dari sumberdaya alam dan lingkungan di masa mendatang. Untuk Nilai Guna Tak Langsung (*In Direct Use Value*) yaitu nilai-nilai yang tidak ada kaitan langsung dengan kemungkinan pemakaian sumberdaya alam dan lingkungan itu, biasanya berupa *Existence Value* dan *Bequest Value* yang merupakan total dari Nilai Keberadaan (*Existence Value*) yaitu nilai yang diberikan (secara semata-mata) karena keberadaan suatu sumberdaya alam dan lingkungan, ditambah Nilai Pewarisan (*Bequest Value*) yaitu nilai yang diberikan kepada anak cucu agar dapat

diwariskan suatu sumberdaya alam dan lingkungan tersebut (Irma Alfia dan Indah Susilowati, 2004).

Gambar 2.3



Sumber: Djijono, 2002

* Total Surplus Konsumen adalah bidang di bawah kurva permintaan dan di atas garis harga.

Keterangan:

OREM = Total Utilitas/ kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total Nilai surplus konsumen

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua

unit barang pada tingkat harga rendah yang sama. Pada Gambar 2.3 menunjukkan bahwa kesediaan membayar berada di area di bawah kurva permintaan. Kurva permintaan mengukur jumlah yang akan dibayar oleh konsumen untuk tiap unit yang dikonsumsi. Total bidang di bawah kurva permintaan (OREM) menunjukkan total utilitas yang diperoleh konsumen atas konsumsi suatu barang atau merupakan ukuran kemauan membayar total karena jumlah tersebut adalah hasil penjumlahan nilai-nilai marginal Q dari 0 sampai M dengan mengurangkan biaya suatu barang bagi konsumen (ONEM), nilai surplus konsumen ditunjukkan sebagai bidang segitiga NRE dan merupakan ukuran kemauan membayar di atas pengeluaran kas untuk konsumsi (Hufschmidt et al, dalam Djijono, 2002).

2.1.5.1 Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan ini 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).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut tentu 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 tersebut adalah permintaan efektifnya yang dibarengi 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).

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).

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 diformulaskan sebagai berikut:

$$V_{ij} = f (C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i) \dots\dots\dots(2.4)$$

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

Q_{ij} : 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)

2.2 Hubungan Antar Variabel

1. Jumlah Kunjungan Wisata dan Pendapatan Individu

Pendapatan sangat mempengaruhi permintaan produk industri pariwisata. Kekuatan untuk membeli ditentukan oleh *disposable income* yang erat kaitannya dengan tingkat hidup (*standard of living*) dan intensitas perjalanan (*travel intensity*), dengan kata lain semakin besar pendapatan bebas seseorang maka akan semakin besar kemungkinan orang tersebut melakukan perjalanan wisata yang diinginkan (Yoeti 2008). Hal ini dapat mendukung bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah permintaan kunjungan ke objek wisata dengan pendapatan individu, seperti yang dikemukakan Sadono Sukirno (1994) bahwa perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk. Karena semakin tinggi pendapatan seseorang, maka perjalanan wisata dianggap bukan suatu hal yang mahal.

2. Jumlah Kunjungan Wisata dan Biaya Perjalanan ke Objek Wisata

Oka A. Yoeti (2008) mengemukakan bahwa wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan (*tourist expenditures*) seperti biaya

transportasi (*transportations*), biaya makan dan minum selama berkunjung (*food and beverages*), biaya menginap (*accomodations*), biaya belanja (*purchases*) dan keperluan lain-lain (*others*). Dalam penelitian terdapat variabel-variabel yang digunakan dalam biaya perjalanan ke objek wisata seperti biaya transportasi, konsumsi, akomodasi, tiket masuk, dokumentasi dan biaya lain yang tidak terduga.

3. Jumlah Kunjungan Wisata dan Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lainnya

Didalam teori permintaan, salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang lain, yang mana dibedakan menjadi barang substitusi dan barang komplementer. Dalam pariwisata, barang substitusi dan barang komplementer berupa objek wisata lain yang dapat menggantikan atau melengkapi objek wisata yang ada. Munculnya barang lain ini dapat terjadi karena bedanya fasilitas yang ditawarkan atau bedanya biaya perjalanan yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk berkunjung.

4. Jumlah Kunjungan Wisata dan Waktu Luang

Salah satu faktor yang mempengaruhi orang-orang dalam melakukan perjalanan wisata adalah adanya waktu luang (*leisure time*). Semakin panjang waktu senggang yang tersedia dapat memperbanyak jumlah waktu berlibur. Pendapatan yang besar tidak akan ada artinya jika tidak terdapat waktu luang untuk melakukan perjalanan wisata (Yoeti, 2008).

5. Jumlah Kunjungan Wisata dan Lama Perjalanan

Salah satu sifat pariwisata adalah bahwa objek wisata tersebut tidak dapat dipindah-pindahkan sehingga pengunjung yang harus datang untuk menikmati wisata tersebut (Spillane, 1987). Maka dari itu, aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan juga transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin jauh jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai. Prasarana untuk menuju ke lokasi wisata pun juga harus memadai, jika jarak lebih jauh yang berarti lama perjalanan lebih memakan waktu, maka wisatawan pasti menghendaki perjalanan yang aman, yang artinya hambatan seperti jalan rusak, jalan tanpa pembatas atau belum diperlebar seharusnya diperbaiki.

6. Jumlah Kunjungan Wisata dan Fasilitas-Fasilitas

Dalam melakukan perjalanan wisata, wisatawan membutuhkan berbagai fasilitas wisata untuk menunjang kegiatan wisata mereka seperti fasilitas ibadah, fasilitas rekreasi, restoran, fasilitas hiburan, fasilitas kamar mandi dan lain-lain (Suwanto, 1997). Fasilitas merupakan unsur industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan (Spillane, 1987). Seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan

menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk kembali lagi kesana dalam lain kesempatan.

7. Jumlah Kunjungan Wisata dan Keindahan Alam

Dalam dunia pariwisata, segala sesuatu yang menarik untuk dikunjungi yang hadir secara natural dan berlangsung setiap harinya seperti panorama dan pemandangan alam sangat bernilai menarik pengunjung untuk datang. Suatu daerah disamping fasilitasnya akan disebut “daerah tujuan wisata” apabila memiliki atraksi-atraksi yang memikat sebagai tujuan kunjungan wisata (Pendit, 1994).

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh **Djijono (2002)** berjudul *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung* bertujuan untuk mengetahui nilai ekonomi menggunakan metode biaya perjalanan wisata dengan menggunakan variabel-variabel seperti jumlah kunjungan per 1000 orang, biaya perjalanan, pendapatan atau uang saku, jumlah penduduk kecamatan tempat pengunjung berasal, pendidikan, waktu kerja, waktu luang, dan biaya transportasi. Cara penghitungan dengan metode ini menggunakan biaya transportasi pulang pergi dari tempat tinggal ke objek wisata Wan Abdul Rachman dan pengeluaran lain selama di perjalanan dan di dalam objek wisata Wan Abdul Rachman seperti konsumsi, parkir, tiket masuk, dokumentasi, dan lain-lain. Hasil uji statistik menunjukkan

bahwa variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah pendidikan, jumlah penduduk, dan waktu luang. Rata-rata kesediaan untuk mengeluarkan uang sebesar Rp 25.320,558 per 1000 orang, nilai yang dikorbankan sebesar Rp 6.045,3443 per 1000 orang dan surplus konsumen sebesar Rp 9.275,2137 per 1000 orang.

Penelitian yang dilakukan oleh **Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004)** dengan judul Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan menggunakan Metode Biaya Perjalanan (*Individual Travel Cost Method*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung objek wisata alam, penelitian ini menggunakan alat analisis linier berganda dengan variabel jumlah kunjungan individu, variabel *travel cost* ke Curug Sewu meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain, variabel biaya ke objek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan, dan variabel jarak. Dari keenam variabel, hanya dua variabel yang signifikan yaitu biaya perjalanan dan jarak. Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dalam penelitian ini adalah objek wisata Simpang Lima dan diperoleh nilai koefisiennya negatif yang berarti kedua objek wisata merupakan barang komplementer. Surplus konsumen sebesar Rp. 224.198,7 per individu per kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh konsumen masih jauh di atas biaya perjalanan yaitu sebesar Rp. 87.652 per kunjungan.

Dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan, **Tri Firandari**

(2009) bertujuan untuk menduga fungsi permintaan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata, mengestimasi besarnya surplus konsumen dan nilai ekonomi objek wisata, mengestimasi *willingness to pay* pengunjung terhadap harga tiket objek wisata. Variabel yang digunakan adalah jumlah permintaan wisata, biaya perjalanan ke objek wisata, lama mengetahui objek wisata dan jarak dengan menggunakan alat analisis regresi Poisson. Dari penelitian diperoleh hasil bahwa biaya perjalanan dan jarak memiliki korelasi negatif terhadap jumlah permintaan wisata, sedangkan variabel lama mengetahui objek wisata berpengaruh secara positif terhadap jumlah permintaan. Surplus konsumen sebesar Rp 28.985,51 per kunjungan, hal ini mempunyai arti bahwa pengunjung masih mendapatkan kelebihan manfaat ketika melakukan kunjungan. Pulau Situ Gintung-3 yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan memiliki nilai manfaat atau ekonomi sebesar Rp 3.373.130.755,00. Berdasarkan analisis *willingness to pay* (WTP) terhadap harga tiket masuk Pulau Situ Gintung-3 masih mau membayar tiket masuk sampai taraf harga Rp 8.577,00 dengan mempertahankan kelestarian lingkungan dan pengembangan wisata serta penambahan fasilitas wisata.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

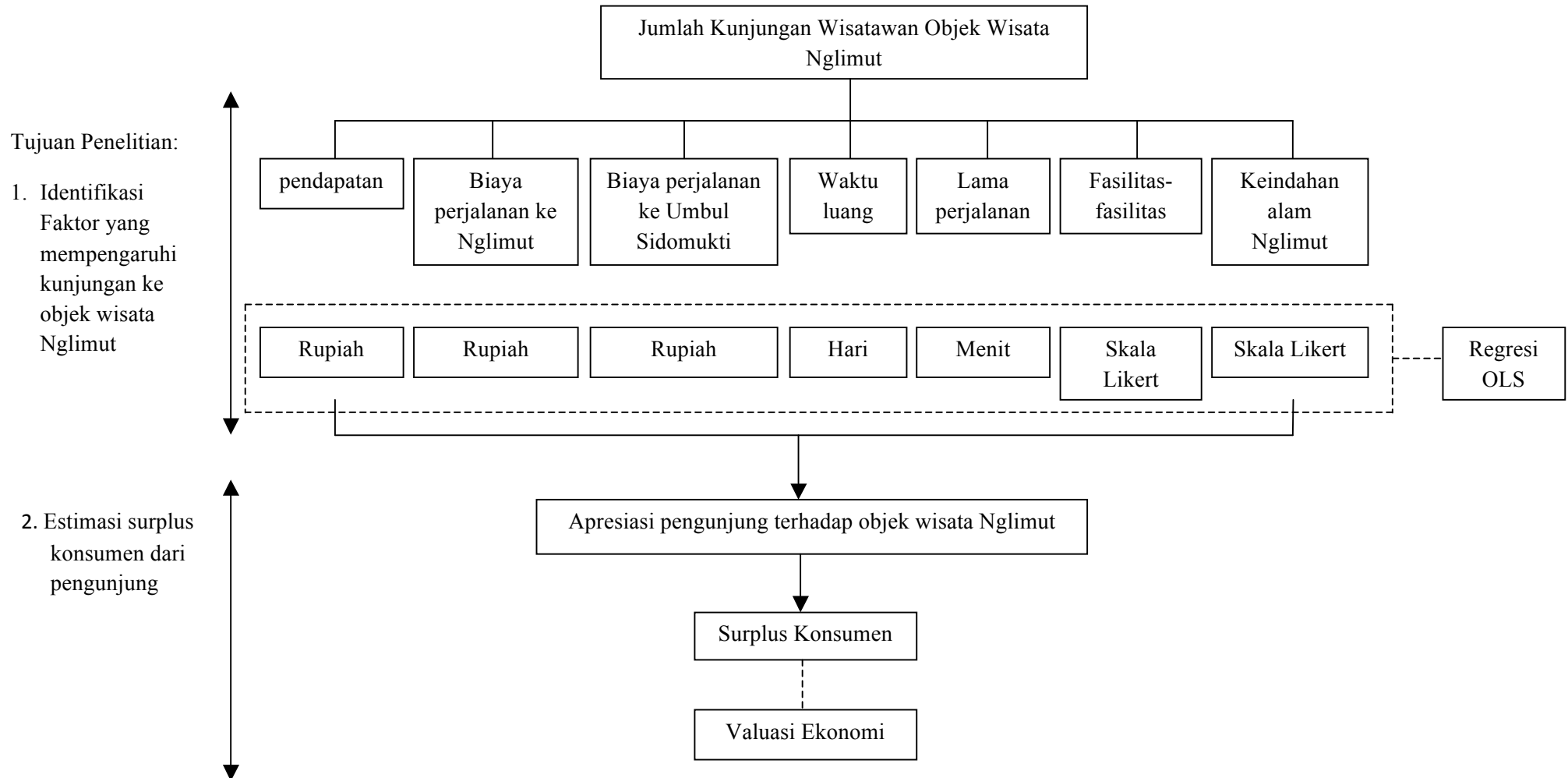
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Djjono 2002	Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode <i>Travel Cost</i> Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung	Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah kunjungan per 1000 penduduk Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travel Cost</i> • Biaya transportasi • Pendapatan atau uang saku per bulan • Jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung • Pendidikan • Waktu kerja per minggu • Waktu luang per minggu 	Regresi Linier Berganda	Dari hasil uji statistik diperoleh hasil variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah jumlah penduduk, pendidikan, dan waktu luang. Rata-rata kesediaan untuk mengeluarkan uang sebesar Rp 25.320,558 per 1000 orang, nilai yang dikorbankan sebesar Rp 6.045,3443 per 1000 orang dan surplus konsumen sebesar Rp 9.275,2137 per 1000 orang.
Irma Afia Salma dan Indah Susilowati 2004	Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan	Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah kunjungan Wisata Alam Curug Sewu Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travel cost</i> (Rp) 	Regresi Linear Berganda	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

	<i>Travel Cost</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Rp) • Umur pengunjung (th) • Pendidikan • Penghasilan rata-rata sebulan (Rp) • Jarak (km) 		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.
Tri Firandari 2009	Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan	Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah permintaan Wisata Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travel cost</i> (Rp) • Lama mengetahui objek wisata • jarak 	Regresi Poisson	Dari penelitian diperoleh hasil bahwa biaya perjalanan dan jarak memiliki korelasi negatif terhadap jumlah permintaan wisata, sedangkan variabel lama mengetahui objek wisata berpengaruh secara positif terhadap jumlah permintaan. Surplus konsumen sebesar Rp28.985,51 per kunjungan, hal ini berarti pengunjung masih mendapatkan kelebihan manfaat ketika melakukan kunjungan. Pulau Situ Gintung-3 yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan memiliki nilai manfaat atau nilai ekonomi sebesar Rp3.373.130.755,00. Berdasarkan analisis <i>Willingness to Pay</i> (WTP) terhadap harga tiket Pulau Situ Gintung-3 masih mau membayar tiket masuk sampai taraf harga Rp8.577,00 dengan mempertahankan kelestarian lingkungan dan pengembangan fasilitas wisata.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penilaian ekonomi terhadap suatu kawasan wisata diukur dengan menggunakan berbagai variabel yang berpengaruh. Didalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa variabel independen seperti variabel pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan, variabel biaya perjalanan ke objek Wisata Alam Nglimut yang berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain, variabel waktu luang, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Umbul Sidomukti), variabel lama perjalanan, variabel fasilitas objek wisata, dan variabel keindahan alam Nglimut sehingga nantinya akan diperoleh fungsi permintaan terhadap objek Wisata Alam Nglimut.

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis

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

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara pendapatan atau uang saku rata-rata individu perbulan terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Alam Nglimut.
2. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat negatif antara biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek Wisata Alam Nglimut terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Alam Nglimut.
3. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata lain (Umbul Sidomukti) terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Alam Nglimut.
4. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara waktu luang terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Alam Nglimut.
5. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat negatif antara lama perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Alam Nglimut.
6. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara fasilitas-fasilitas di objek wisata terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Alam Nglimut.
7. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara keindahan alam Nglimut terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Alam Nglimut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

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. Penelitian ini menggunakan delapan variabel penelitian yaitu variabel jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Nglimut, variabel pendapatan individu, variabel biaya perjalanan ke objek wisata Nglimut, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Umbul Sidomukti), variabel waktu luang, variabel lama perjalanan, variabel fasilitas-fasilitas, dan variabel keindahan alam objek Wisata Alam Nglimut.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklarifikasikan menjadi dua bagian:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) meliputi variabel pendapatan atau uang saku per bulan individu, variabel biaya perjalanan ke objek wisata Nglimut, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Umbul Sidomukti), variabel waktu luang, variabel lama perjalanan, variabel fasilitas-fasilitas, dan variabel keindahan alam objek Wisata Alam Nglimut.

2. Variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah variabel jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Nglimut.

3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Terdapat tujuh variabel bebas dan satu variabel terikat yang digunakan dalam analisis kunjungan wisatawan ke objek Wisata Alam Nglimut.

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Jumlah kunjungan wisatawan ke objek Wisata Alam Nglimut

Jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Nglimut diukur melalui banyaknya kunjungan wisata yang dilakukan oleh individu ke objek wisata Nglimut. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satu kekerapan (kali) per tahun.

2. Pendapatan atau uang saku individu

Pendapatan atau uang saku per bulan oleh pengunjung objek wisata Nglimut. Diukur dengan satuan rupiah (Rp).

3. Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Alam Nglimut

Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata Nglimut. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp / kunjungan).

4. Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Umbul Sidomukti)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju objek wisata lain yang dalam hal ini diwakili oleh objek wisata Umbul Sidomukti. Objek wisata ini dipilih oleh peneliti karena memiliki daya tarik yang hampir sama dengan objek wisata Nglimut. Biaya perjalanan menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp/kunjungan).

5. Waktu Luang

Jumlah waktu yang dimiliki oleh pengunjung ketika tidak bekerja dalam satu bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dalam satuan hari dalam satuan bulan (hari/bulan).

6. Lama Perjalanan

Lama perjalanan dari rumah pengunjung dengan objek wisata Nglimut. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan menit.

7. Fasilitas-Fasilitas

Fasilitas-fasilitas adalah persepsi pengunjung terhadap fasilitas yang ada di objek wisata Nglimut dan diukur dengan satuan skala likert. (1 = tidak

lengkap, 2 = kurang lengkap, 3 = cukup lengkap, 4 = lengkap, 5 = sangat lengkap).

8. Keindahan Alam Objek Wisata Nglimut

Variabel ini menunjukkan persepsi atas nilai keindahan alam Nglimut yang mempengaruhi wisatawan untuk datang ke Nglimut. Variabel ini diukur dengan satuan Likert. (1 = sangat jelek, 2 = jelek, 3 = cukup bagus, 4 = bagus, 5 = sangat bagus).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan objek wisata Nglimut yang sedang melakukan kunjungan wisata. Jumlah populasi tidak dapat ditentukan secara pasti karena wisatawan yang melakukan kunjungan berbeda setiap harinya.

3.2.2 Sampel

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan bentuk *quota accidental sampling*, dimana sampling ini mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data yang dapat

mewakili dari dimensi-dimensi populasi, berhubungan dengan topik yang sedang diteliti dan tidak berdasarkan pada strata atau daerah tertentu (Cooper, 2011).

Menurut Hair et al. (1998), menaikkan jumlah sampel akan menghasilkan hasil yang memuaskan pada uji statistik. Dalam penelitian ini diambil 100 sampel. Jumlah sampel yang semakin besar diharapkan dapat memenuhi distribusi normal.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, seperti data jumlah kunjungan wisata, jumlah biaya perjalanan ke objek wisata, data jumlah pendapatan individu.
2. Data kualitatif adalah data yang digunakan untuk melengkapi, menjelaskan dan memperkuat data kuantitatif dalam menganalisis data yang diteliti.

3.3.2 Sumber data dapat dibedakan dan diperoleh menjadi dua bagian:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan pengisian kuesioner oleh responden yang ditemui sedang berwisata di objek Wisata Alam Nglimut.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain seperti pengelola objek Wisata Nglimut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten

Kendal, Badan Pusat Statistik, internet, serta literatur-literatur berupa buku maupun jurnal yang dapat mendukung penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data :

1. Studi kepustakaan yaitu salah satu cara untuk memperoleh data dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
2. Metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dari hasil publikasi lembaga-lembaga atau instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya, Badan Pusat Statistik, pihak pengelola dan lainnya.
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 di persiapkan sebelumnya.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat untuk mengukur kehandalan kuesioner yang mana dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pernyataan seseorang stabil

atau konsisten dari waktu ke waktu. Variabel yang akan diuji menggunakan uji reliabilitas adalah variabel fasilitas dan variabel keindahan alam Nglimit.

Untuk menghitung uji reliabilitas, digunakan rumus Cronbach Alpha sebagai berikut (Arikunto, 2002):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah *varians* butir

σ_t^2 = *varians* total

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, suatu variabel dikatakan reliabel jika mempunyai nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2005).

3.5.2 Analisis Regresi

Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan alat analisis statistik yaitu regresi linier berganda dengan pendekatan *OLS (Ordinary Least Square)*. (Gujarati, 2003).

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

Pada penelitian ini untuk menganalisis kunjungan ke objek Wisata Alam Nglimut yang dipengaruhi oleh pendapatan individu, biaya perjalanan ke objek Wisata Nglimut, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Umbul Sidomukti) waktu luang, lama perjalanan, fasilitas-fasilitas dan keindahan alam Nglimut, dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7) \dots\dots\dots (3.2)$$

Y = Jumlah kunjungan wisatawan Objek Wisata Alam Nglimut

X₁ = Pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan pengunjung

X₂ = Biaya perjalanan ke Objek Wisata Alam Nglimut

X₃ = Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Umbul Sidomukti)

X₄ = Waktu luang

X₅ = Lama perjalanan dari tempat tinggal pengunjung ke objek wisata

X₆ = Fasilitas yang tersedia di objek wisata

X₇ = Keindahan alam Nglimut

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

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e_i \dots\dots\dots (3.3)$$

Menurut Gujarati (2003) asumsi utama yang mendasari model regresi linear dengan menggunakan model OLS adalah:

1. Model regresi linear artinya linear dalam parameter seperti dalam persamaan $Y_i = b_1 + b_2 X_i + u_i$.
2. Nilai X diasumsikan non-stokastik artinya nilai X dianggap tetap dalam sampel yang berulang.
3. Nilai rata-rata kesalahan adalah nol, atau $E(u_i/X_i) = 0$.
4. Homoskedasitas artinya varians kesalahan sama untuk setiap periode (Homo=sama, skedasitas=sebaran) dan dinyatakan dalam bentuk matematis $\text{Var}(u_i/X_i) = \sigma^2$.
5. Tidak ada autokorelasi antar kesalahan (antara u_i dan u_j tidak ada autokorelasi) atau secara matematis $\text{Cov}(u_j, u_j/X_i, X_j) = 0$.
6. Antara u_i dan X_i saling bebas sehingga $\text{Cov}(u_i/X_i) = 0$.
7. Jumlah observasi n , harus lebih besar daripada jumlah parameter yang diestimasi (jumlah variabel bebas).
8. Adanya variabilitas dalam nilai X, artinya nilai X harus berbeda.
9. Model regresi telah dispesifikasi secara benar. Dengan kata lain tidak ada bias (kesalahan) spesifikasi dalam model yang digunakan dalam analisis empirik.
10. Tidak ada multikolinearitas yang sempurna antar variabel bebas.

3.5.3 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 Heteroskedastisitas, uji Autokorelasi, dan uji Multikolinearitas.

3.5.3.1 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. Heteroskedastisitas terjadi apabila variabel gangguan tidak mempunyai varian yang sama untuk semua observasi. Akibat adanya heteroskedastisitas, penaksir OLS tidak bias tetapi tidak efisien (Gujarati, 2003).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Park, uji White dan uji Glejser. Uji Glejser digunakan dengan cara mengabsolutkan nilai residual dan menggunakannya sebagai variabel dependen (Ghozali, 2005). Untuk kriteria pengujian Uji Glejser adalah apabila koefisien parameter dari persamaan signifikan secara statistik hal ini berarti data dari model empiris yang diestimasi terdapat heteroskedastisitas atau H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya apabila nilai koefisien parameter dari persamaan tidak signifikan secara statistik maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan asumsi tidak terdapat heteroskedastisitas. Jika terdapat variabel lebih besar dari nilai alpha 0,05 maka data tersebut bebas heteroskedastisitas, sebaliknya jika terdapat variabel yang nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha 0,05 maka data tersebut terdapat heteroskedastisitas.

3.5.3.2 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 (Gujarati, 2003). Untuk mengetahui adanya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson. Nilai yang diperoleh untuk menunjukkan ketiadaan autokorelasi adalah $du < d < 4-du$. Apabila nilai yang keluar (d) adalah lebih besar dari batas atas (du) dan kurang dari $4-du$ (dari nilai yang tertera dalam tabel DW), maka tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2005).

3.5.3.3 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi (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. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menggunakan regresi parsial dengan *Auxiliary Regression* yaitu regresi antar variabel independennya, kemudian akan didapatkan nilai R^2 dari masing-masing regresi tersebut. Jika nilai R^2 masing lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai R^2 model utama, maka dalam regresi parsial tersebut terdapat multikolinearitas (Ghozali, 2005). Dapat juga dilakukan dengan mengukur nilai *Tolerance* dan menguji *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Jika suatu variabel

bebas memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 atau VIF < 10, maka variabel bebas tersebut tidak mengalami multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya, begitu pula sebaliknya.

3.5.4 Uji Kriteria Statistik

3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Gujarati (2003) koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dinyatakan dalam persentase. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Namun, koefisien determinasi mempunyai kekurangan yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Sebagai ukuran kesesuaian garis regresi dengan sebaran data, R^2 menghadapi masalah karena tidak memperhitungkan derajat bebas (Ghozali, 2005).

3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

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

1. 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.

2. Menentukan *Level of Significant*, $\alpha = 5 \%$.

3. Kriteria Pengujian, dengan syarat :

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

3.5.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

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

1. Uji t untuk variabel pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan

a) $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

b) $H_1 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh positif antara pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

2. Uji t untuk variabel biaya perjalanan ke Wisata Alam Nglimut

a) $H_0 : \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara biaya perjalanan ke Wisata Alam Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

b) $H_1 : \beta_2 < 0$ (ada pengaruh negatif antara biaya perjalanan ke Wisata Alam Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

3. Uji t untuk variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Umbul Sidomukti)

a) $H_0 : \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara biaya perjalanan ke objek wisata lain yaitu Umbul Sidomukti dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

b) $H_1 : \beta_3 > 0$ (ada pengaruh positif antara biaya perjalanan ke objek wisata lain yaitu Umbul Sidomukti dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

4. Uji t untuk variabel waktu luang
 - a) $H_0 : \beta_3 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara waktu luang dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).
 - b) $H_0 : \beta_3 > 0$ (ada pengaruh positif antara waktu luang dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).
5. Uji t untuk variabel lama perjalanan ke objek wisata Nglimut
 - a) $H_0 : \beta_4 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara lama perjalanan ke objek Wisata Alam Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).
 - b) $H_1 : \beta_4 < 0$ (ada pengaruh negatif antara lama perjalanan ke objek Wisata Alam Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).
6. Uji t untuk variabel fasilitas objek Wisata Nglimut
 - a) $H_0 : \beta_5 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara fasilitas objek wisata Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).
 - b) $H_0 : \beta_5 > 0$ (ada pengaruh positif antara fasilitas di objek Wisata Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).
7. Uji t untuk variabel keindahan alam Nglimut
 - a) $H_0 : \beta_6 = 0$ (tidak ada pengaruh signifikan antara keindahan alam objek wisata Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

- b) $H_0 : \beta_6 > 0$ (ada pengaruh positif antara keindahan alam objek Wisata Nglimut dengan jumlah kunjungan wisata ke Wisata Alam Nglimut).

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.

3.5.5 Perhitungan Valuasi Ekonomi

Metode valuasi ekonomi menduga nilai ekonomi sebuah kawasan wisata alam berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat terhadap kenikmatan yang tidak ternilai dan biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah obyek wisata alam, baik itu berupa *opportunity cost* maupun biaya langsung (*direct cost*) yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, konsumsi, akomodasi dan lain-lain. Metode *Individual Travel Cost Methods* (ITCM) digunakan terutama untuk mengestimasi kurva permintaan (*demand curve*) obyek-obyek wisata alam.

Untuk menghitung nilai surplus konsumen, menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$D_x = Q_x = a - bP \dots\dots\dots (3.4)$$

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:

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(Px) dP \dots\dots\dots (3.5)$$