

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata dalam konteks internasional telah mengalami perkembangan yang amat pesat. Perkembangan yang amat pesat tersebut antara lain dapat dilihat dari dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh perkembangan pariwisata secara global. (Gunn, 1988). Karena adanya berbagai kemudahan untuk melakukan perjalanan wisata internasional, pariwisata menjadi semakin penting baik di negara-negara sedang berkembang maupun di negara-negara maju. Menurut Organisasi Kepariwisata Dunia, kebanyakan obyek wisata internasional terletak di wilayah Eropa. Sebagai contoh, pada tahun 1999 kedatangan wisatawan di Eropa mencapai 394 juta dibandingkan dengan Amerika yang hanya 123 juta, ini merupakan daerah terbesar kedua (WTO, 2001). Data yang disajikan oleh WTO (*World Tourism Organization*) menunjukkan bahwa pada tahun 2004 kurang lebih sebesar 715 juta orang melakukan perjalanan wisata secara internasional dan mengalami peningkatan rata-rata 4 persen per-tahunnya. (WTO, 2004). Di samping itu, WTO juga membuat perkiraan bahwa industri pariwisata akan menjadi industri terbesar di dunia. Dengan demikian, berdasarkan meningkatnya jumlah wisatawan, industri pariwisata harus dapat memenuhi permintaan wisatawan dengan cara mendiversifikasi produk wisata.

Akhir-akhir ini terdapat perubahan pola perjalanan di bidang pariwisata yang diakibatkan oleh konsentrasi wisatawan di berbagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) konvensional yang sudah padat pengunjung seperti pantai-pantai, taman-taman hiburan, dan pusat-pusat perbelanjaan. Jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan khusus semakin memahami khasanah budaya dan menikmati keindahan utamanya daerah perdesaan semakin meningkat. Kecenderungan untuk menikmati sumber daya alam dan budaya menuntut adanya penjelasan atau interpretasi yang memadai sehingga wisatawan mendapatkan makna dari tempat yang dikunjungi (*sense of place*). (O'Hagan & Harrison, 1984)

Menurut Bromley (1994), sumber daya alam dan budaya mencerminkan bahwa daerah perdesaan semakin mendapat perhatian sebagai daerah tujuan wisata. Demikian pula interpretasi memiliki peranan yang semakin penting dalam membentuk pengalaman wisatawan, sedangkan menurut Sharpley (1997) interpretasi juga merupakan akibat dari berbagai hal, antara lain keinginan para penghuni kota untuk melepaskan diri sejenak dari kebisingan kota serta kehidupan kota yang sibuk dan menyesak, pariwisata memberikan kontribusi nyata di dalam pelestarian bangunan-bangunan bersejarah atau keagamaan, masyarakat lokal mengadopsi bahasa asing sesuai kebutuhan, meningkatnya waktu luang, meningkatnya pendapatan, pariwisata merangsang munculnya komunikasi di dalam masyarakat lokal, tingkat pendidikan yang semakin tinggi serta transportasi dan komunikasi yang semakin baik dan lancar.

Perkembangan pariwisata sebagai sebuah industri tidak terlepas dari permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Beberapa tren pariwisata di masa mendatang mencakup meluasnya minat terhadap pariwisata budaya, wisatawan semakin menginginkan pengalaman nyata dengan budaya dan gaya hidup lain,

serta konsumen semakin mencari hiburan yang bersifat aktif dan mengandung unsur edukasi (Pedersen dalam NESCO, 2002). Karena keberadaan obyek dan daya tarik wisata yang bervariasi dengan mengangkat isu tersebut di atas menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi para pengelola sebuah destinasi pariwisata baik pada skala nasional maupun regional.

Pariwisata sebagai sebuah sektor telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia, dan khususnya dalam dua dekade terakhir dengan tingkat kesejahteraan ekonomi bangsa-bangsa di dunia semakin membaik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya ke belahan atau kawasan-kawasan dunia lainnya. Pergerakan jutaan manusia selanjutnya menggerakkan mata rantai ekonomi yang saling terkait menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting perekonomian dunia. (Naude & Saayman, 2005).

*World Tourism and Trade Center (WTTC)* menyatakan bahwa industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini. Bersama dengan teknologi dan informasi, industri pariwisata diperkirakan menjadi *prime mover* perekonomian abad 21. Perkembangan industri pariwisata yang sangat dinamis dan terus diperkuat oleh kemajuan tingkat kesejahteraan ekonomi bangsa-bangsa di dunia menimbulkan pariwisata saat ini mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. (WTTC, 2008).

Dalam UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa kecenderungan perkembangan kepariwisataan dunia dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan antara lain oleh perubahan struktur sosial ekonomi negar di dunia dan semakin banyak orang yang memiliki pendapatan lebih yang semakin tinggi. Selain itu, kepariwisataan telah berkembang menjadi suatu fenomena global, menjadi kebutuhan dasar, serta menjadi bagian dari hak asasi manusia yang harus dihormati dan dilindungi.

Menteri Kebudayaan dan Pariwisata menyatakan bahwa pada tahun 2008 target tujuh juta kunjungan wisatawan mancanegara yang ditetapkan dalam program Visit Indonesia Year merupakan target yang tinggi . Tetapi kenyataannya menurut BPS hanya mencapai 6,4 juta orang, sehingga pada tahun 2009 melanjutkan program tahun kunjungan wisata Indonesia dan ditetapkan sebagai wisata dengan tema MICE (*Meeting, Incentive, Convension and Exhibition*) dan wisata bahari. Karena dua bidang wisata ini merupakan sektor wisata yang tidak terpengaruh oleh kondisi keamanan suatu negara.

Sejalan dengan semangat Otonomi Daerah dan Peraturan Pemerintah RI No. 25 tahun 2000 dinyatakan bahwa daerah otonom dapat melakukan promosi dalam rangka meningkatkan jumlah arus kunjungan wisatawan ke daerahnya masing-masing. Kebijakan pemerintah Indonesia mengenai otonomi daerah menuntut adanya respon positif dan sikap yang proaktif dari masing-masing pemerintah daerah guna menunjang terwujudnya keberhasilan pembangunan pariwisata di daerah tersebut. Keberhasilan pembangunan pariwisata di tiap-tiap

wilayah akan lebih mudah terwujud apabila masing-masing Pemerintah Daerah dan unsur yang terkait dapat melaksanakan pembangunan pariwisata terpadu, mulai dari merencanakan, merumuskan, mengimplementasikan serta mengelola aset wisata yang dimiliki.

Dimulainya otonomi daerah dengan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2000 yang memberikan kewenangan lebih luas kepada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di Jawa Tengah pada umumnya, serta Kabupaten Semarang pada khususnya. Jika dilihat dari aspek kewilayahan, sektor pariwisata yang memiliki karakter "in site" (konsumen/wisatawan harus datang ke lokasi untuk mengkonsumsi produk) memberikan peluang dan kontribusi yang sangat besar bagi pengembangan wilayah, membuka isolasi wilayah dan pengentasan kemiskinan. Peran dan kontribusi tersebut telah menjadikan pariwisata sebagai sektor strategis yang memiliki potensi dan peluang yang sangat besar untuk dikembangkan dan berperan menjadi lokomotif bagi upaya revitalisasi perekonomian Indonesia. Untuk meningkatkan kinerja dan manfaatnya diperlukan penanganan secara serius dan profesional, mencakup seluruh komponen pengembangannya yang terkait di dalamnya. (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Semarang, 2008).

Pariwisata merupakan salah satu dari tiga sektor unggulan Kabupaten Semarang selain industri dan pertanian. Salah satu cerminan keberhasilan pembangunan daerah di bidang pariwisata adalah meningkatnya jumlah kunjungan wisata. Menyadari hal ini, Pemerintah Kabupaten Semarang berupaya meningkatkan sarana pariwisata sebagai penunjang industri kepariwisataan itu sendiri. Dengan demikian untuk kepariwisataan Kabupaten Semarang, jika dilihat dari banyaknya obyek wisata dan rata-rata tingkat penghunian kamar hotel dibandingkan dengan Kabupaten sekitar dari tahun 2001-2008, maka Kabupaten Semarang adalah paling besar.

Salah satu kegiatan ekonomi yang sampai saat ini harus ditingkatkan di Kabupaten Semarang adalah sektor pariwisata, karena pariwisata merupakan sektor yang sangat kompleks dan bersifat multidimensi, baik fisik, sosial budaya, ekonomi dan politik. Kegiatan kepariwisataan tidak hanya mencakup wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus), tetapi juga beberapa kegiatan yang memberikan pelayanan kepada para wisatawan misalnya hotel, usaha perjalanan wisata, pramuwisata, rumah makan dan sebagainya. Keberhasilan dalam bidang kepariwisataan dicerminkan dengan meningkatnya arus kunjungan wisatawan. Salah satu jasa akomodasi yang paling menunjang adalah hotel dan jumlah hotel di Kabupaten Semarang sampai dengan tahun 2005 sebanyak 183 buah yang tersebar di Kecamatan Getasan, Tuntang, Ambarawa, Bawen, Bergas dan Ungaran. Dengan demikian kepariwisataan di Kabupaten Semarang mengalami peningkatan.

Kegiatan pariwisata merupakan kegiatan mata rantai yang melibatkan berbagai sektor dan lembaga yang terkait. Pariwisata merupakan salah satu bidang dalam kehidupan masyarakat Kabupaten Semarang, yang pada beberapa tahun

terakhir ini menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan. Hal ini didasari oleh kesadaran pemerintah daerah bahwa perkembangan pariwisata dapat menunjang pendapatan daerah yang sekaligus dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat yang tinggal di daerah wisata, untuk itu evaluasi terhadap dampak adanya pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat menjadi hal yang penting untuk diketahui dan dimengerti pemerintah daerah. Kabupaten Semarang merupakan salah satu daerah pariwisata yang seringkali dikunjungi oleh masyarakat Kabupaten Semarang sendiri maupun di luar Kabupaten Semarang bahkan ada yang datang dari luar Jawa dan mancanegara.

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu daerah akan menarik sektor lain untuk berkembang pula, karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja dan sebagainya, apalagi di Kabupaten Semarang yang wilayahnya sebagian besar terdiri lahan yang bukan sawah (74,74%), hal ini sangat mendukung industri pariwisata. Mata rantai kegiatan yang terkait dengan industri pariwisata akan mampu menghasilkan devisa dan dapat digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja yang akhirnya dapat mengurangi angka pengangguran. Meskipun jumlah pengunjung meningkat, tetapi pendapatan dari sektor pariwisata juga mengalami fluktuasi.

Penelitian- penelitian yang dilakukan di Kabupaten Semarang sampai sejauh ini masih banyak menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dinas instansi terkait, semisal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Semarang dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang. Untuk analisis datanya masih bersifat deskriptif. Dengan demikian perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk obyek wisata yang ada di Kabupaten Semarang dengan analisis yang lebih lanjut pula.

Obyek wisata yang merupakan primadona pariwisata Kabupaten Semarang merupakan obyek yang banyak dikunjungi terutama di Agro Tlogo, Banaran, Candi Gedong Songo, dan Museum Kereta Api Ambarawa mengalami peningkatan dan yang paling menarik adalah Gedong Songo. Potensi yang paling dominan di Gedong Songo adalah pemandangan di atas pegunungan yang sangat indah serta adanya daya tarik keistimewaan candi-candi kuno yang keduanya dipadukan akan terlihat sangat indah dan menawan untuk dipandang. Tetapi tidak didukung oleh sarana-prasarana dan pelayanannya di tempat obyek wisata tersebut. Sehingga sangat menarik jika dilakukan kajian tentang analisis permintaan pariwisata.

Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang. Penelitian ini juga diharapkan dapat menghasilkan model permintaan pariwisata, yang dapat digunakan sebagai model dalam kebijakan tentang sistem kepariwisataan di masa yang akan datang. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengembangkan model dan menambahkan variabel dengan harapan dapat melengkapi beberapa penelitian yang sudah ada, variabel tersebut adalah promosi pariwisata, persepsi daya tarik obyek wisata dan kunjungan sebelumnya.

## 1.2. Research Gap

Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata, yaitu harga, harga substitusi, pendapatan, selera, pengeluaran pemasaran, dan kepadatan penduduk. Menurut hasil penelitian terdahulu ditemukan bahwa semakin besar jumlah penduduk suatu negara, maka semakin banyak yang akan bepergian ke luar negeri seandainya. faktor-faktor lain (misalnya kelebihan pendapatan, situasi sosial politik, keamanan dan lain-lain) tetap sama. (Kathleen Carey, 1991; Wietzelise & Richard S.J, 2001). Permintaan pariwisata ditinjau dari segi daerah tujuan wisata ada faktor lain, seperti pendeknya jarak dan faktor kemudahan pencapaian transportasi (*accessibility*) tetap akan sangat berpengaruh.

Permintaan pariwisata biasanya diukur dari segi jumlah kunjungan wisatawan dari negara asal ke negara tujuan wisata atau dari suatu daerah asal ke daerah tujuan wisata, alternatif tindakan untuk mengukur permintaan pariwisata adalah pengeluaran wisatawan dari negara asal ke negara tujuan dan jumlah menghabiskan malam di negara tujuan. (C. Petropoulos, A. Patelis, K. Metaxiotis, K. Nikolopoulos, V. Assimakopoulos, 2003).

Variabel utama paling mendasar yang berpengaruh pada jumlah kunjungan wisatawan adalah pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Carey & Kaehleen, 1991; Christine Lim & Michael McAleer, 1996; Ramesh Durbarry, 1999; Tihomir Stucka, 2001; Wietzelise & Richard S.J. TOL, 2002; C. Petropoulos, A. Patelis, K. Metaxiotis, K. Nikolopoulos, V. Assimakopoulos, 2003; Juan L Eugenio Martin, 2003; Christine Lim, 2003; Resina Katafono & Aruna Gounder, 2004; Maria M De Mello & Kevin S. Nell, 2005; Jonas Nordstrom, 2005; Colin & Yeoman, 2005; Norlida Hanim, Mohd Salleh, Redzuan Pthman, 2006; Andrea Giacomelli, 2006; A. Ozlem Onder, Aykan Candemir & Nese Kumral, 2006; Teresa Garin-Munoz, Luis F & Montero-Martin, 2006; David Allen, Riaz Shareef, Ghialy Yap, 2007; Latsani Phakdisoth & Donghun Kim, 2007; Norlida Hanim, Mohd Salleh, Law Siong-Hook, Sridar Ramachandran, Ahmad Shuib, Zaleha Mohd Noor, 2008; Ferda Haliciuglu, 2008; Maria De Mello, Alan Pack, & M. Thea Sinclair, 2009; Alper Aslan, Ferit Kula & Muhittin Kaplan, 2009).

Selain variabel-variabel tersebut, Witt & Martin, 1987 menambahkan dua variabel yaitu kemudahan pencapaian transportasi (*accessibility*) sebagai proksi untuk variabel pemasaran dan Indeks harga konsumen (IHK) sebagai proksi variabel biaya yang dikeluarkan wisatawan selama tinggal, beberapa penelitian lain telah memasukkan variabel-variabel nilai tukar, biaya perjalanan, jarak, kepadatan penduduk, biaya perjalanan tujuan wisata alternatif, dan variabel *dummy* (peristiwa khusus, visa, iklim,). Selain itu ada variabel lain yang penting yaitu harga pariwisata di tempat-tempat tujuan wisata alternatif, harga ini merupakan harga pariwisata substitusi yang juga sangat menentukan permintaan pariwisata seperti yang dilakukan oleh Colin Munro & Yeoman, 2005; Norlida Hanim, Mohd Salleh & Redzuan Pthman, 2006; David Allen, Riaz Shareef & Ghialy Yap, 2007; Norlida Hanim, Mohd Salleh, Law Siong-Hook, Sridar Ramachandran, Ahmad Shuib, Zaleha Mohd Noor, 2008. Hubungan antara harga substitusi dan jumlah kunjungan wisatawan dapat positif atau negatif.

Penelitian tentang permintaan pariwisata di Indonesia masih terbatas. Rizal P. Lubis, 2003 melakukan penelitian tentang analisis beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata Kota Medan. Adapun faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap permintaan pariwisata mancanegara di kota Medan adalah jumlah kunjungan wisatawan, jumlah pembelanjaan, pendapatan riil perkapita, kurs valuta asing, kebijakan pemerintah dalam promosi pariwisata.

Penelitian-penelitian yang sudah banyak dilakukan menggunakan data sekunder atau data *time series* dan menggunakan persamaan tunggal. Kemudian Sinclair & Stabler, 1997; Sinclair, 1998) menyatakan bahwa persamaan tunggal tersebut kurang jelas dalam teori dasarnya. Sedangkan estimasi dalam bentuk persamaan simultan dilakukan oleh Dongkoo Yun, 2004; Egle & Granger's, 1987; Kulendran & King, 1997; Kim & Song, 1998; Vogt & Wittayakorn, 1998; Song et al, 2000. Selanjutnya penelitian yang dilakukan di Propinsi Jawa Tengah, khususnya di Kabupaten Semarang sejauh ini menggunakan data sekunder dan analisis datanya masih bersifat deskriptif.

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang mempengaruhi permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang adalah permintaan pariwisata yang diproksi dengan jumlah kunjungan wisatawan sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independen adalah harga pariwisata yang diproksi dengan kemauan membayar (*willingness to pay /WTP*), harga pariwisata obyek wisata lain yang diproksi dengan kemauan membayar obyek wisata lain (*willingness to pay/WTP\_owl*), biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain, pendapatan, jarak, pendidikan, umur, persepsi daya tarik obyek wisata, asal wisatawan (wisnus dan wisman), komunitas, jenis kelamin, promosi pariwisata, dan kunjungan sebelumnya dengan menggunakan persamaan tunggal (*single equation*). Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model permintaan pariwisata yang pada gilirannya dapat digunakan sebagai model dalam pengambilan kebijakan tentang sistem kepariwisataan pada masa yang akan datang.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Dalam perkembangan dunia pariwisata sekarang ini, jenis pariwisata yang sedang digemari adalah pariwisata yang berbasis lingkungan (alam) dan pariwisata yang berbasis sejarah. Tetapi pengelolaan dan pengembangannya di Indonesia masih sangat kurang memperoleh perhatian. Padahal harapan pemerintah Kabupaten Semarang kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

Berdasarkan latar belakang dan *research gap* di atas secara umum dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Semarang mengalami fluktuasi, tetapi jika dilihat jumlah kunjungan masing-masing obyek ada yang mengalami penurunan dan juga fluktuasi, selain itu juga rata-rata lama menginap wisatawan di hotel, rata-rata lama tinggal di hotel dan banyaknya wisatawan yang menginap di hotel juga mengalami fluktuasi. Oleh karena itu, secara khusus dapat dikemukakan pertanyaan penelitian yang akan diteliti lebih lanjut, yaitu :

1. Faktor-faktor apakah yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang?
2. Bagaimanakah memodelkan estimasi permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang?

#### 1.4. Orisinalitas Penelitian

Sampai saat ini penelitian yang dilakukan mengenai permintaan pariwisata sudah banyak dilakukan. Analisis yang dilakukan dititikberatkan pada estimasi variabel-variabel yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Carey & Kathleen (1991) di Australia; Christine Lim & Michael McAleer (1996) di Malaysia; Ramesh Durbarry (1999) di Perancis; Anna Maria Parroco & Serena Volo (2000) di Italia; Tihomir Stucka (2001) di Kroasia, Widodo M & Rahardjo M (2002) di Indonesia; Wietzelise & Richard S.J. TOL (2002) di Belanda, Paresh Kumar Narayan (2003) di Australia; C. Petropoulus, A. Patelis, K. Metaxiotis, K. Nikolopoulus, V. Assimakopoulus (2003) di Yunanai; Juan L Eugenio-Martin (2003) di Amerika; Rizal Lubis (2003) di Indonesia; C Franky, F. ( 2004) ; Haliciuglu, F. (2008) di Turki; Stucka Tihomir, Hrvatska narodna banka, Christine Lim (2003) di Australia; Resina Katafono & Aruna Gounder (2004) di Jepang; Salma dan Susilowati (2004) di Indonesia; Maria M., De Mello & Kevin S. Nell (2005) di Inggris; Jonas Nordstrom (2005) di Swedia; Colin Munro & Yeoman (2005) di Skotlandia; Norlida Hanim Mohd Salleh & Redzuan Othman (2006) di Malaysia; Jennifer C.H. Min (2006) di Taiwan; Andrea Gaicomelli (2006) di Italy; A. Ozlem Onder, Aykan Candemir & Nese Kumral (2006) di Izmir; Teresa Garin-Munoz & Luis F. Montero-Martin (2006) di Kepulauan Balearic; David Allen, Riaz Shareef & Ghaly Yap (2007) di Australia; Latsani Phakdisoth & Donghun Kim (2007) di Laos; Norlida Hanim, Law Siong-Hook, Sridar Ramachandran, Ahmad Shuib & Zaleha Mohd Noor (2009) di Malaysia; Halicioglu Ferda (2008) di Turkey; Maria De Mello, Alan Pack & M. Thea Sinclair (2009) di Eropa; Alper Aslan, Ferit Kula & Muhittin Kaplan (2009) di Turkey, variabel yang paling mendasar berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan adalah pendapatan wisatawan, harga pariwisata, nilai tukar, biaya transportasi, pemasaran/pengeluaran promosi, jarak, penduduk, biaya transportasi tujuan substitusi, time trend, dummy variabel. Selain variabel-variabel tersebut, Witt & Martin (1987) di Kroasia menambahkan dua variabel yaitu kemudahan pencapaian transportasi (*accessibility*) sebagai proxy untuk variabel pemasaran dan IHK sebagai proxy variabel biaya yang dikeluarkan wisatawan selama tinggal.

Variabel lain yang penting adalah harga pariwisata di tempat-tempat tujuan wisata alternatif, harga ini merupakan harga substitusi yang juga sangat menentukan jumlah kunjungan wisatawan seperti yang dilakukan oleh Colin Munro & Yeoman, 2005; Norlida Hanim, Mohd Salleh & Redzuan Pthman, 2006; David Allen, Riaz Shareef & Ghialy Yap, 2007; Norlida Hanim, Mohd Salleh, Law Siong-Hook, Sridar Ramachandran, Ahmad Shuib, Zaleha Mohd Noor, 2008.

Hubungan antara harga substitusi dan jumlah kunjungan wisatawan dapat positif atau negatif.

Di Indonesia, Rizal P. Lubis (2003) melakukan penelitian tentang analisis beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata Kota Medan. Adapun faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap permintaan pariwisata mancanegara di kota Medan adalah jumlah kunjungan wisatawan, jumlah pembelanjaan, pendapatan riil perkapita, kurs valuta asing, kebijakan pemerintah dalam promosi pariwisata. Analisis yang digunakan aplikasi model permintaan double logaritma natural yang diproses dengan metode OLS dan data sekunder periode tahun 1981 sampai 2001. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa promosi pariwisata yang diprogram oleh pemerintah Indonesia kurang berhasil, sehingga disarankan kepada tenaga pengelola wisata serta tenaga pelaksana di kalangan industri pariwisata maupun instansi terkait beserta seluruh masyarakat Indonesia untuk meningkatkan dan mendukung citra wisata Indonesia yang mampu berdaya saing di pasar internasional.

Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata dengan orisinalitas atau keaslian yang membedakannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu :

1. Estimasi dengan menggunakan persamaan tunggal (*single equation*) akan dilakukan untuk obyek wisata yang banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara dengan menambahkan variabel promosi pariwisata, persepsi daya tarik obyek wisata dan kunjungan sebelumnya ( variabel independen yang digunakan dalam model ketika melakukan estimasi ); dimana variabel ini merupakan variabel dummy (apakah wisatawan sudah pernah berkunjung apa belum), yang belum pernah dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya.
2. Penelitian ini menggunakan data primer dari obyek wisata yang banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara (meliputi obyek wisata alam dan obyek wisata sejarah ), sedangkan penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan data sekunder atau *time series*. Ada penelitian lain yang menggunakan data primer, tetapi cakupan wilayahnya berbeda seperti yang dilakukan oleh Widodo dan Rahardjo, 2004 (cakupan wilayahnya di Kabupaten Boyolali)
3. Penelitian ini lebih diarahkan untuk mengetahui karakteristik-karakteristik wisatawan yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata yang sebelumnya belum pernah dilakukan pada penelitian-penelitian terdahulu di Indonesia.

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang.
2. Menganalisis model estimasi permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang.



### **1. 6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini memberikan bukti empiris tentang pengembangan teori dan model permintaan, khususnya untuk mengestimasi model permintaan pariwisata. Model estimasi permintaan pariwisata mengintegrasikan beberapa variabel ekonomi dan karakteristik demografi untuk wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.
2. Model fungsi permintaan pariwisata ini diharapkan dapat menjadi model yang baik atau model utama dalam melakukan estimasi permintaan dan peramalan serta dapat memberikan informasi bagi Pemerintah Daerah dalam menentukan kebijakan perencanaan daerah dan pengembangan pariwisata.
3. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat untuk bahan kajian dan informasi untuk penelitian -penelitian selanjutnya di bidang kepariwisataan.

## II. TELAHAH PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS

### 2.1. Telaah Pustaka

Konsumen melakukan konsumsi untuk mendapatkan utiliti. Setiap konsumen diasumsikan menyukai konsumsi lebih daripada konsumsi kurang. Asumsi ini dapat diartikan bahwa marginal utiliti dari konsumsi adalah positif, yaitu menambahkan konsumsi akan meningkatkan utiliti. Asumsi lain adalah bahwa marginal utiliti dari konsumsi sifatnya menurun, yaitu peningkatan utiliti untuk konsumsi yang sama akan semakin lebih kecil dari sebelumnya. (Hartono, 2002 : 111). Dari konsep utiliti tersebut dapat diturunkan kurva permintaan. (Samuelson, 1992 : 101)

Christensen, *et al* (1975:367) mengemukakan bahwa titik awal dan studi permintaan konsumen adalah fungsi permintaan yang menggambarkan bahwa jumlah barang yang dikonsumsi adalah fungsi dari total pendapatan dan harga barang yang dinyatakan dalam bentuk maksimisasi utiliti. Demikian juga Cooper dan McLaren (1992 : 653) menyatakan bahwa titik tolak teori permintaan adalah fungsi utiliti, dimana fungsi permintaan dapat diderivasi atau diturunkan dari fungsi utiliti.

Fungsi permintaan yang diderivasi dari fungsi utiliti disebut fungsi permintaan Marshallian, yang pertama sekali diperkenalkan oleh Alfred Marshall seorang ekonom Inggris pada tahun 1890 (Hartono, 2002 : 126). Fungsi permintaan Marshallian ini merupakan permintaan (*demand*) terhadap barang oleh konsumen dengan menganggap penghasilan uang konsumen konstan, sehingga fungsi ini disebut juga istilah Marshallian (*money-income held constant demand equation*) (Clements, *et al*, 1996 : 64), atau *consumer's ordinary demand function* (Henderson & Quant, 1980 : 18; McLaren, 1982 : 393; Haneman, 1991 : 636).

Fungsi permintaan Marshallian dapat diperoleh dari derivasi maksimisasi utiliti dengan pembatas atau kekangan atau kendala (*constraint*) pendapatan konsumen. Derivasi fungsi permintaan ini mempunyai beberapa properti atau restriksi seperti : *homogeneity, Euler theorem, Roy's identity, symmetry and negativity (Slutsky condition), additivity (Engel aggregation), homotheticity, Sheppard's lemma* (Christensen, 1975; chambers and McConnell, 1983; cooper & McLaren, 1992; Clements et.al, 1996; Hartono, 2002).

Fungsi permintaan Marshallian dapat juga diperoleh dari fungsi utiliti tidak langsung (*indirect utility functions*) dengan menggunakan *Roy's identity*. Fungsi utiliti dan fungsi utiliti tidak langsung mempunyai hubungan dualitas (*duality*). Berndt, *et al*, 1997 : 651; Deaton, 1979 : 393; Kay, 1979 : 602; Diewert, 1980 : 595; McLaren, 1982 : 392; Chambers & McConnel, 1983 : 596 ) atau *two polar case* (Hanemann, 1991 : 636 ).

Menurut Melatsih & Goeldner, 1986, permintaan pariwisata tergantung pada jumlah anggaran yang tersedia untuk belanja dan pada pilihan untuk realitas pariwisata terhadap barang-barang dan jasa lainnya. Pada sebuah kondisi ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk berpariwisata dan pada sisi lain juga dapat digunakan seluruhnya untuk mengkonsumsi barang lain.

Sedangkan permintaan masyarakat terhadap jasa-jasa seperti permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga barang atau jasa pariwisata, selera konsumen, banyaknya konsumen atau penduduk, harga barang lain yang memiliki daya guna yang sama, dan pendapatan. Maka penjelasan ini dapat ditulis dalam bentuk persamaan matematis yang menjelaskan hubungan antara tingkat permintaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

$$D_x = f(P_x, P_y, Y/cap, sel, pend, P_p, Ydist, prom) \dots \dots \dots (2.1)$$

Dimana :  $D_x$  : permintaan akan barang X

$P_x$  : harga barang X

$P_y$  : harga barang Y (barang substitusi atau komplemen).

Y/cap: pendapatan per-kapita.

Sel : selera atau kebiasaan

Pen : jumlah penduduk

$P_p$  : perkiraan harga X periode mendatang

Ydist : distribusi pendapatan

Prom : upaya produsen meningkatkan penjualan (promosi)

Seringkali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian ( dengan pendapatan per-kapita tetap) menggeser kurva permintaan ke kanan. Hal ini berlaku untuk sebagian besar barang. Sebaliknya, penurunan jumlah penduduk akan menggeser kurva permintaan ke kiri karena menurunnya jumlah penduduk di pasar. Oleh Miller dan Meiners, 2000: 31, fungsi matematis untuk menyatakan permintaan diformulasikan sebagai berikut :

$$Q_x = f(P_x, P_y, M, T, E) \dots \dots \dots (2.2)$$

Dimana Q : kuantitas barang X

P : harga barang X

P : harga barang Y

M : pendapatan nasional konsumen

T : selera

E : dugaan konsumen tentang masa depan.

Permintaan (*demand*) sebagai suatu konsep mengandung makna berlakunya hubungan tingkah laku terhadap beberapa variabel permintaan. Menurut Sinclair & Stabler (1997) permintaan pariwisata pada prinsipnya dipengaruhi oleh pendapatan dan harga, dan informasi tentang keduanya dapat mempengaruhi angka permintaan. Permintaan pariwisata dapat dianalisis untuk beberapa negara, satu negara, daerah tertentu, pendekatan persamaan tunggal termasuk aplikasi dari determinan permintaan dan menggunakan teknik regresi berganda untuk mengestimasi hubungan antara permintaan dan masing-masing determinan. Fungsi permintaan pariwisata dapat dinyatakan sebagai berikut ;

$$D = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n) \dots \dots \dots (2.3)$$

Dimana : D : permintaan pariwisata

$X_1, X_2, \dots, X_n$  : variabel independen yang berkedudukan sebagai faktor yang mempengaruhi pariwisata atau variabel independen yang menentukan permintaan pariwisata. Aplikasi dari teori ini relative mudah karena data tersedia dan diolah dengan computer yang didesain untuk mengestimasi hubungan antara permintaan pariwisata sebagai variabel dependen dan variabel-variabel

independen yang mempengaruhinya. Model persamaan tunggal memiliki berbagai keuntungan. Selain relatif mudah diimplementasikan juga menyediakan informasi-informasi yang berguna seperti analisis regresi. Tetapi pendekatan ini juga memiliki beberapa kelemahan. Jika persamaan permintaan pariwisata salah dispesifikasikan karena memasukkan variabel yang tidak sesuai atau menghilangkan variabel yang tepat menyebabkan salah membuat kesimpulan dan menyebabkan rekomendasi yang tidak tepat. Untuk mengidentifikasinya variabel independen akan dimasukkan dalam persamaan dan bentuk fungsional (berupa bentuk persamaan linear atau log linear) yang tepat digunakan untuk mengestimasi persamaan tersebut.

Salah satu contoh dari fungsi permintaan pariwisata, dimana seluruh variabelnya berdasarkan pada periode waktu  $t$ , dinyatakan sebagai berikut :

$$D_{ij} = f ( Y_i , P_{ij/k} , E_{ij/k} ; T_{ij/k} ; DV ) \dots\dots\dots(2.4)$$

- Dimana  $D_{ij}$  : permintaan pariwisata berdasarkan  $i$  terhadap  $j$   
 $Y_i$  : pendapatan pada  $i$   
 $P_{ij/k}$  : harga dari  $i$  relatif terhadap  $j$  per  $k$   
 $E_{ij/k}$  : perubahan dasar dari  $i$  terhadap  $j$  per  $k$   
 $DV$  : variabel *dummy*

(Sinclair & Stabler, 1997;36-37 )

## 2.2. Kerangka Penelitian.

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang, adapun faktor – faktornya adalah permintaan pariwisata yang diproksi dengan jumlah kunjungan wisatawan sebagai variabel dependent, sedangkan variabel independen adalah harga pariwisata yang diproksi dengan kemauan membayar (*willingness to pay /WTP*), harga pariwisata obyek wisata lain yang diproksi dengan kemauan membayar obyek wisata lain (*willingness to pay /WTP\_owl*), pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain, jarak, pendidikan, umur, persepsi daya tarik obyek wisata, asal wisatawan (wisnus dan wisman), komunitas, jenis kelamin, promosi pariwisata, dan kunjungan sebelumnya. Variabel-variabel tersebut diharapkan dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan di wilayah Kabupaten Semarang, sehingga dapat mempengaruhi meningkatnya permintaan pariwisata di Provinsi Jawa Tengah pada umumnya. Kemudian pengaruh dari dari masing-masing variabel diharapkan memberikan efek yang positif untuk variabel asal wisatawan, pendapatan wisatawan, promosi pariwisata, persepsi daya tarik obyek wisata, dan kunjungan sebelumnya. Sedangkan variabel yang memberikan pengaruh negatif adalah biaya perjalanan, jarak, dan *WTP*. Namun demikian ada variabel yang memiliki pengaruh ambigu yaitu variabel biaya perjalanan obyek wisata lain dan *WTP* obyek wisata lain.

Sebagaimana pada penelitian-penelitian terdahulu, model permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang dispesifikasikan dalam bentuk *double log* dengan tujuan untuk mendapatkan nilai parameter dan elastisitas yang konstan. Artinya bila log variabel independen berubah 1 unit, perubahan log variabel dependen akan selalu sama meskipun elastisitas tersebut diukur pada log variabel

independen yang mana saja. Oleh sebab itu, model *double log* disebut juga model elastisitas konstan. Dengan demikian nilai parameter dapat ditaksir dengan menggunakan metode yang digunakan untuk mengestimasi parameter regresi sederhana yaitu *OLS (Ordinary Least Square)*. Inilah alasan utama mengapa model-model permintaan pariwisata banyak dispesifikasikan dalam bentuk *double log* ( Carraro & Manente, 1994; Lee, 1996; Lim, 1997; Narayan, 2005; Norlida, et al., 2007).

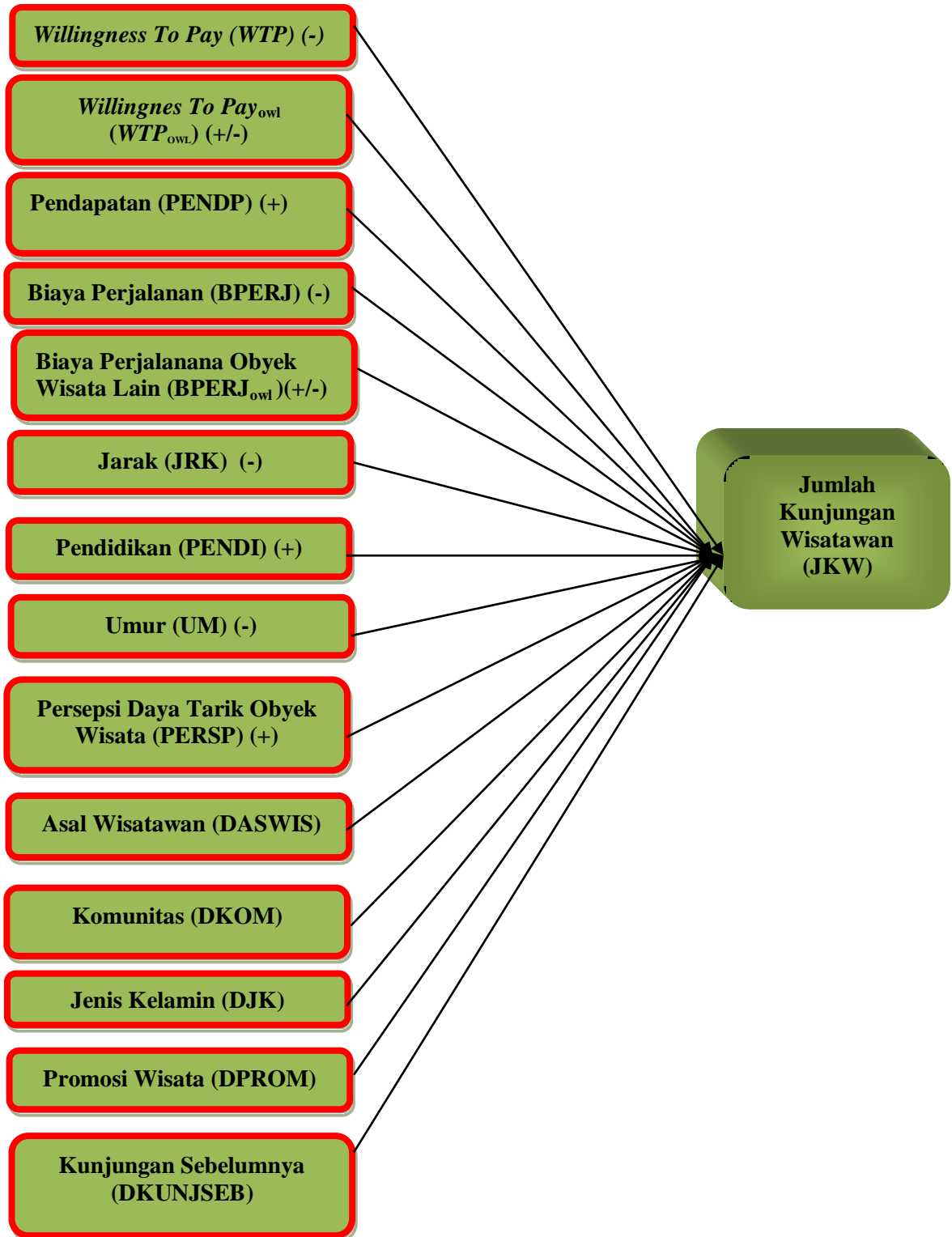
Sedangkan estimasi model permintaan pariwisata dalam bentuk persamaan tunggal (*single equation*), seperti yang dilakukan oleh Carey & Kathleen, 1991; Christine Lim & Michael McAleer, 1996; Anna Maria Parroco & Serena, 200; Tihomir Stucka, 2001; Wietzelise & Richard S.J. TOL, 2002; C Petropoulos, et el, 2003; Juan L Eugenio Martin, 2003; Resina Katafono & Aruna Gounder, 2004; Jonas Nordstrom, 2005; Norlida Hanim, Mohd Salleh, & Redzuan Pthman, 2006; Andrea Giacomelli, 2006; A. Ozlen Onder, Aykan Candemir & Nese Kumral, 2006; Teresa Garin-Munoz, Luis F & Montero-Martin, 2006; Latsani Phakdisoth & Donghun Kim, 2007; Norlida Hanim, Mohd Salleh, Law Siong-Hook, Sridar Ramachandran, Ahmad Shuib & Zaleha Mohd Noor, 2008; Maria De Mello, Alan pack & M. Thea Sinclair, 2009. Dengan membuat modifikasi, maka persamaan tunggal untuk estimasi permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang adalah sebagai berikut :

$$\log JKW = \beta_0 + \beta_1 \log WTP + \beta_2 \log WTP_{owl} + \beta_3 \log PENDP + \beta_4 \log BPERJ + \beta_5 \log BPERJ_{owl} + \beta_6 \log JRK + \beta_7 \log PENDI + \beta_8 \log UM + \beta_9 \log PERSP + \beta_{10} \log DASWIS + \beta_{11} \log DKOM + \beta_{12} \log DJK + \beta_{13} \log DPROM + \beta_{14} \log DKUNJSEB + \mu \dots\dots\dots(2.5)$$

$\beta_1 < 0, \beta_2 > 0, \beta_3 > 0, \beta_4 < 0, \beta_5 > 0, \beta_6 < 0, \beta_7 > 0, \beta_8 < 0, \beta_9 > 0, \beta_{10} > 0$  atau  $< 0, \beta_{11} > 0$  atau  $< 0, \beta_{12} > 0$  atau  $< 0, \beta_{13} > 0$  atau  $< 0, \beta_{14} > 0$ .

Model persamaan tunggal di atas dianalisis dengan *Regresi Linier Berganda* dan parameternya akan diestimasi dengan OLS, sedangkan program yang digunakan adalah program software *EViews 6.1*.

## Model Penelitian



### 2.3. Hipotesis

Berdasarkan uraian telaah pustaka, kerangka pemikiran teori serta hasil-hasil penelitian terdahulu, dapat dikemukakan beberapa hipotesis sebagai berikut:

- Hipotesis 1:** Harga pariwisata yang diproksi dengan *WTP* berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 2:** Harga pariwisata obyek wisata lain yang diproksi dengan *WTP* obyek wisata lain berpengaruh positif atau negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan
- Hipotesis 3:** Pendapatan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 4:** Biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 5:** Biaya perjalanan obyek wisata lain berpengaruh positif atau negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 6:** Jarak berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 7:** Aspek demografi yaitu pendidikan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 8:** Aspek demografi yaitu umur berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 9 :** Persepsi daya tarik obyek wisata berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
- Hipotesis 10:** Ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata antara wisnus dan wisman(wisnus=1 dan wisman=0).
- Hipotesis 11:** Ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata berdasarkan komunitas (tujuan spesifik=1 dan tidak tujuan spesifik=0).
- Hipotesis 12:** Ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata berdasarkan jenis kelamin (laki-laki=1 dan perempuan=0)
- Hipotesis 13:** Ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata berdasarkan promosi pariwisata(promosi=1 dan lainnya=0).
- Hipotesis 14:** Ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata berdasarkan jumlah kunjungan sebelumnya (sudah pernah berkunjung=1 dan belum pernah berkunjung=0).

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di empat objek wisata Kabupaten Semarang terutama di tempat objek wisata alam dan sejarah. Adapun obyek wisata yang dipilih dalam penelitian ini adalah obyek wisata Agro Tlogo (wisata alam) milik PT Perkebunan Nusantara IX (Persero), obyek wisata Banaran (wisata alam) milik PT Perkebunan Nusantara IX (Persero), obyek wisata Candi Gedong Songo (wisata sejarah) milik Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang, dan obyek wisata Museum KA Ambarawa (wisata sejarah) milik PT KAI, Obyek wisata tersebut dipilih karena diantara sembilan belas obyek wisata yang ada di Kabupaten Semarang, empat obyek wisata tersebut yang paling banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

#### 3.2. Populasi Penelitian dan Metode Penentuan Sampel

Perkiraan populasi dalam penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang berkunjung ke empat obyek wisata (Candi Gedong Songo, Museum KA Ambarawa, Wisata Agro Tlogo, dan Wisata Banaran) baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Metode pengambilan sampel dari penelitian ini dengan pendekatan *probability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *random sampling*. Teknik ini peneliti memilih sampling acak sederhana (*simple random sampling*), teknik ini merupakan suatu metode memilih rumus dari populasi N sehingga

setiap  $C_n^N = \frac{N!}{n!(N-n)!}$  sampel mungkin mempunyai peluang yang sama untuk

terpilih sebagai sampel. Menurut teori, random sampling diperoleh dengan mengambil unit populasi satu per-unit. Untuk populasi dinomeri dari 1 sampai N. Sederetan bilangan random antara 1 dan N dipilih dengan bantuan tabel bilangan random. Pada setiap pemilihan, setiap bilangan yang belum terpilih sebagai unit sampel mempunyai peluang yang sama untuk terpilih sebagai unit sampel. Karena suatu bilangan yang sudah terambil dilekeluarkan dari populasi untuk pengambilan selanjutnya, metode ini dinamakan sampel random tanpa pengembalian (Cochran, W.D., 1997). Biasanya pengunjung yang paling banyak adalah pada masa liburan sekolah. Lebih khusus lagi yaitu pada individu yang berkunjung ke obyek wisata Candi Gedong Songo (wisata sejarah), Museum KA Ambarawa (wisata sejarah), Wisata Agro Tlogo (wisata alam), dan Wisata Banaran (wisata alam).

Untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin (Umar, 2005) :

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

di mana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi



e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Ukuran populasi mengacu pada tingkat kunjungan wisatawan terbaru yang diperoleh peneliti pada saat prasurvei, yaitu data kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara pada bulan Januari sampai dengan bulan Agustus Tahun 2009 sebanyak 162.763 orang dan persen kelonggaran yang ditentukan adalah sebesar 5 persen. Berdasarkan data kunjungan wisatawan yang dimasukkan ke dalam rumus Slovin, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = n = \frac{162.763}{1 + \{(162.763)(0.0025)\}}$$

$$= 399.0194$$

Untuk memudahkan perhitungan maka jumlah sampel yang diambil dibulatkan menjadi 400 orang. Sampel tersebut akan didistribusikan secara proporsional berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan ke empat obyek wisata tersebut. Hasilnya disajikan pada Tabel 3.1 berikut :

**Tabel 3.1**  
**Distribusi Sampel Penelitian Untuk Empat Obyek (orang)**

No	Obyek Wisata	Wisnus	Wisman	Jumlah
1	Candi Gedong Songo	220	2	222
2	MuseumKA Ambarawa	75	3	78
3	Wisata Agro Tlogo	38	4	42
4	Wisata Banaran	57	1	58
	<b>Jumlah</b>	390	10	400

Berdasarkan tabel diatas, maka persentase besarnya sampel yang diambil dalam penelitian pada setiap obyek wisata disajikan pada Tabel 3.2 berikut :

**Tabel 3.2**  
**Distribusi Sampel Penelitian Untuk Empat Obyek (persen)**

No	Obyek Wisata	Wisnus	Wisman	Jumlah
1	Candi Gedong Songo	57.15	0.51	57.66
2	MuseumKA Ambarawa	21.40	5.68	22.08
3	Wisata Agro Tlogo	5.59	0.99	6.58
4	Wisata Banaran	13.45	0.23	13.68
	<b>Jumlah</b>	97.59	2.41	100

### 3.3. Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Indriantoro & Supomo, 1999). Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban responden yang ada di empat obyek wisata terhadap kuesioner yang disampaikan langsung oleh peneliti. Data primer ini meliputi:

1. Jumlah kunjungan wisatawan (JKW)
2. *Willingness to pay* (WTP)
3. *Willingness to pay* obyek wisata lain ( $WTP_{owl}$ )
4. Pendapatan (PENDP)
5. Biaya perjalanan (BPERJ)
6. Biaya perjalanan obyek wisata lain ( $BPERJ_{owl}$ )
7. Jarak (JRK)
8. Pendidikan (PENDI)
9. Umur (UM)
10. Persepsi daya tarik obyek wisata (PERSP)
11. Asal wisatawan (DASWIS)
12. Komunitas (DKOM)
13. Jenis kelamin (DJK)
14. Promosi pariwisata (DPRM)
15. Kunjungan sebelumnya (DKUNJSEB)

#### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode survei (*survey methods*) dengan teknik kuesioner, yaitu suatu pengumpulan data yang memberikan daftar pertanyaan /pernyataan kepada responden (dalam hal ini wisnus dan wisman) dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Waktu wawancara dilaksanakan mulai hari senin sampai hari minggu selama dua bulan. Kuesioner yang terkumpul untuk empat obyek wisata sebanyak 600 eksemplar berarti peneliti telah mendapatkan 600 responden yang terdiri dari obyek wisata Agro Tlogo sebanyak 88 responden, obyek wisata Banaran sebanyak 92 responden, obyek wisata Candi Gedong Songo sebanyak 307 responden, dan Museum Kereta Api Ambarawa sebanyak 113 responden. Penentuan responden dilakukan dengan *simple random sampling*. Proses melakukan random diawali dengan mengelompokkan ke dalam empat obyek wisata. Kemudian dari masing-masing obyek wisata, responden diambil secara random dan dalam pemilihan ini ada responden yang mengisi tidak sesuai dengan pertanyaan yang ada dalam kuesioner, sehingga tidak semua responden dapat dianalisis. Dalam penelitian sesuai dengan jumlah sampel yang diambil yaitu 400 responden, dengan cara ini diharapkan responden pada setiap obyek wisata telah mewakili populasi pada setiap obyek wisata, seperti yang tersaji pada Tabel 3.1.

## IV. ESTIMASI FUNGSI PERMINTAAN PARIWISATA

### 4.1. Pendahuluan

Bab ini akan mengestimasi fungsi permintaan pariwisata untuk semua obyek wisata (Agro Tlogo, Banaran, Candi Gedong Songo, dan Museum Kereta Api Ambarawa), obyek wisata alam (Agro Tlogo dan Banaran), obyek wisata sejarah (Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa), dan setiap obyek wisata yaitu obyek wisata Agro Tlogo, Banaran, Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa di Kabupaten Semarang. Selanjutnya dari hasil estimasi tersebut dibandingkan apakah terdapat perbedaan jumlah kunjungan wisatawan antara obyek wisata alam dan obyek wisata sejarah. Kemudian juga dibandingkan jumlah kunjungan wisatawan antara obyek wisata alam dengan alam (Agro Tlogo dan Banaran), dan jumlah kunjungan wisatawan antara obyek wisata sejarah dengan sejarah (Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa). Sedangkan alat yang digunakan untuk membandingkan kedua obyek tersebut dengan *Chow Test*. Sebagaimana telah diuraikan pada kerangka pemikiran teoritis dan metode penelitian, estimasi model permintaan pariwisata diformulasikan dalam model persamaan tunggal (*single equation*) yang berbentuk Regresi Linier Berganda.

### 4.2. Estimasi Permintaan Pariwisata

#### 4.2.1. Estimasi Semua Obyek Wisata

Tabel 4.1  
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan untuk Semua Obyek Wisata

No	Variabel	Koefisien	t-Ststistik	Probabilitas
1	Log(WTP)	-0,6827	-3,8140***	0,0002
2	Log(WTP_owl)	-0,4617	-3,1315***	0,0019
3	Log(PENDP)	0,6524	6,2068***	0,0000
4	Log(BPERJ)	-0,3879	-3,8847***	0,0001
5	Log(BPERJ_owl)	-0,1997	-2,2552**	0,0247
6	Log(JRK)	-0,1454	-2,4399**	0,0151
7	Log(PENDI)	0,0232	0,4715	0,6376
8	Log(UM)	0,0667	0,8782	0,3804
9	PERSP	0,1339	2,3352**	0,0200
10	DASWIS	-0,3640	-3,2437***	0,0013
11	DKOM	0,1141	0,9891	0,3232
12	DJK	0,1245	1,4031	0,1614
13	DPROM	-0,1705	-1,3572	0,1755
14	DKUNJSEB	-0,2941	-2,0765**	0,0385
15	CONSTANT	2,8005	16,9683***	0,0000
R <sup>2</sup> = 0,7379		DW-Statistik = 1,3405		
R <sup>2</sup> adjusted = 0,7211		Prob (F-Statistik) = 0,0000		
F-Statistik= 32,0057		N = 400		

Sumber: Data Diolah

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;

\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

Dari hasil perhitungan diperoleh variabel-variabel yang signifikan, yaitu variabel *WTP*, *WTP\_owl*, *PENDP*, *BPERJ*, *DASWIS*, dan *C* signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; dan *BPERJ\_owl*, *JRK*, *PERSP*, dan *DKUNJSEB* signifikan pada  $\alpha = 5\%$ .

#### 4.2.2. Estimasi Obyek Wisata Alam

Tabel 4.2

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan untuk Obyek Wisata Alam

No	Variabel	Koefisien	t-Ststistik	Probabilitas
1	Log( <i>WTP</i> )	-1,0505	-14,3191***	0,0000
2	Log( <i>WTP_owl</i> )	-0,3050	-15,0670***	0,0000
3	Log( <i>PENDP</i> )	0,1321	2,4049**	0,0183
4	Log( <i>BPERJ</i> )	0,0445	0,8627	0,3384
5	Log( <i>BPERJ_owl</i> )	-0,0659	-1,8764*	0,0640
6	Log( <i>JRK</i> )	-0,0581	-0,9339	0,3530
7	Log( <i>PENDI</i> )	0,1714	1,3015	0,1966
8	Log( <i>UM</i> )	0,2077	1,4165	0,1603
9	<i>PERSP</i>	0,1163	2,6125**	0,0106
10	<i>DASWIS</i>	0,0021	0,0366	0,9709
11	<i>DKOM</i>	0,0724	1,3922	0,1675
12	<i>DJK</i>	-0,0384	-0,7794	0,4379
13	<i>DPRM</i>	-0,0905	-1,6560	0,1014
14	<i>DKUNJSEB</i>	0,3503	5,6064***	0,0000
15	CONSTANT	12,8425	9,2113***	0,0000
$R^2 = 0,9239$ DW-Statistik = 1,8441 $R^2$ adjusted = 0,9114            Prob (F-Statistik) = 0,0000 F-Statistik = 73,7413            N = 100				

Sumber: Data Diolah.

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;

\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh variabel-variabel yang signifikan, yaitu variabel *WTP*, *WTP\_owl*, *DKUNSEB*, dan *C* signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; *PENDP* dan *PERSP* signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ; *BPERJ\_owl* signifikan pada  $\alpha = 10\%$ .

### 4.2.3. Estimasi Obyek Wisata Sejarah

Tabel 4.3  
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan untuk Obyek Wisata Sejarah

No	Variabel	Koefisien	t-Ststistik	Probabilitas
1	Log(WTP)	-0,1677	-1,9376**	0,0537
2	Log(WTP_owl)	0,1183	1,0965	0,2738
3	Log(PENDP)	0,2158	2,4002**	0,0170
4	Log(BPERJ)	-0,1464	-3,8840***	0,0001
5	Log(BPERJ_owl)	0,6550	8,2383***	0,0000
6	Log(JRK)	0,0595	1,4136	0,1586
7	Log(PENDI)	-0,0126	-0,3984	0,6906
8	Log(UM)	0,0150	0,3669	0,7140
9	PERSP	0,1316	3,1583***	0,0018
10	DASWIS	-0,0135	-0,1824	0,8554
11	DKOM	-0,0960	-1,1145	0,2660
12	DJK	-0,0607	-0,9935	0,3213
13	DPROM	-0,0953	-0,9790	0,3284
14	DKUNJSEB	0,2396	2,9752**	0,0032
15	CONSTANT	0,2565	2,0662**	0,0397
R <sup>2</sup> = 0,7969		DW-Statistik = 1,4147		
R <sup>2</sup> adjusted = 0,7821		Prob (F-Statistik) = 0,0000		
F-Statistik = 46,8182		N = 300		

Sumber: Data Diolah.

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;

\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh variabel-variabel yang signifikan, yaitu variabel BPERJ, BPERJ\_owl, dan PERSP signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; WTP, PENDP, KUNJSEB, dan C signifikan pada  $\alpha = 5\%$ .

### Uji Kesamaan Perilaku Untuk Obyek Wisata Alam dan Sejarah

Uji kesamaan perilaku, untuk mengetahui kedua persamaan regresi yang variabelnya sama, tetapi dengan dua obyek yang berbeda yaitu obyek wisata alam dan sejarah. Selanjutnya melakukan regresi dari semua obyek wisata dan diperoleh S1 (RSS<sub>t</sub>), melakukan regresi obyek wisata alam dan diperoleh S2 (RSS<sub>Alam</sub>), dan melakukan regresi obyek wisata sejarah dan diperoleh S3 (RSS<sub>Sejarah</sub>). Hasil perhitungannya sebagai berikut:

$$S1 (RSS_r) = 332,0788 \text{ (Tabel 5.1)}$$

$$S2 (RSS_{Alam}) = 3,8310 \text{ (Tabel 5.3)}$$

$$S3 (RSS_{Sejarah}) = 90,6105 \text{ (Tabel 5.5)}$$

$$S4 (RSS_{ur} \text{ atau } S2+S3) = 94,4415 \text{ dengan } df = (n_1 + n_2 - 2k)$$

$$S5 (S1-S4) = 237,6373 \text{ dengan } df = (n_1 + n_2 - 2k), (100+300-28)= 372$$

$$F\text{-tabel} = 1,24$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{SS/K}{S^2/((N1+N2)-2k)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{9,8212}{0,25688} = 30,18$$

Hasil uji kesamaan perilaku = 30,18 > 1,24

Dari hasil uji kesamaan perilaku kemudian dibandingkan antara F-hitung dan F-tabel dimana hasilnya menunjukkan bahwa F hitung > F tabel. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa regresi jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata alam adalah tidak berbeda dengan regresi di obyek wisata sejarah ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata alam dan di obyek wisata sejarah. Perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ini ditunjukkan oleh perbedaan perilaku wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata alam dan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata sejarah. Perbedaan perilaku wisatawan ini ditunjukkan oleh perbedaan variabel yang meliputi aspek geografik dan aspek demografik.

Aspek geografik yaitu variabel jarak, untuk obyek wisata alam berhubungan negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan untuk obyek wisata sejarah berhubungan positif dengan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini berarti bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata alam semakin jauh jarak yang ditempuh semakin berkurang jumlah kunjungannya dan sebaliknya, sedangkan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata sejarah kebanyakan berasal dari sekitar lokasi obyek wisata.

Aspek demografik meliputi variabel pendapatan, pendidikan, dan umur. Variabel pendapatan, nilai elastisitas obyek wisata alam lebih rendah dibandingkan dengan nilai elastisitas obyek wisata sejarah. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata sejarah lebih responsif dibandingkan dengan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata alam. Selanjutnya variabel pendidikan untuk obyek wisata alam berhubungan positif dengan jumlah kunjungan wisatawan, sedangkan untuk obyek wisata sejarah berhubungan negatif dengan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata alam kebanyakan pendidikannya tinggi, sedangkan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata sejarah kebanyakan pendidikannya rendah. Kemudian variabel umur, nilai elastisitas obyek wisata alam lebih tinggi dibandingkan dengan nilai elastisitas obyek wisata sejarah. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata alam usianya lebih tua dibandingkan dengan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata sejarah. Hal ini berarti bahwa obyek wisata sejarah banyak diminati oleh wisatawan yang usianya relatif muda dan ingin mencari pengetahuan mengenai sejarah dan obyek wisata alam banyak diminati oleh wisatawan yang usianya tua dan sekedar ingin refreshing.

#### 4.2.4. Estimasi Obyek Wisata Agro Tlogo

Tabel 4.4

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan untuk Obyek Wisata Agro Tlogo

No	Variabel	Koefisien	t-Ststistik	Probabilitas
1	Log(WTP)	-1,3114	-16,0060***	0,0000
2	Log(WTP_owl)	-0,2076	-1,9062*	0,0673
3	Log(PENDP)	0,1240	3,0385**	0,0052
4	Log(BPERJ)	-0,1703	-1,8302*	0,0783
5	Log(BPERJ_owl)	-0,0159	-0,3082	0,7603
6	Log(JRK)	-0,1117	-1,9843**	0,0575
7	Log(PENDI)	-0,2273	-1,4986	0,1456
8	Log(UM)	-0,0567	-0,4216	0,6767
9	PERSP	0,1110	2,6794**	0,0124
10	DASWIS	0,2285	0,5943	0,5573
11	DKOM	0,1435	2,4218**	0,0224
12	DJK	0,0050	0,0838	0,9338
13	DPROM	-0,0502	-0,7748	0,4452
14	DKUNJSEB	0,2993	3,7163***	0,0000
15	CONSTANT	15,4261	7,3833***	0,0000
R <sup>2</sup> = 0,9685		DW-Statistik = 1,9696		
R <sup>2</sup> adjusted = 0,9522		Prob (F-Statistik) = 0,0000		
F-Statistik = 59,2762		N = 42		

Sumber: Data Diolah.

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;

\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh variabel-variabel yang signifikan, yaitu variabel WTP, DKUNSEB, dan C signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; PENDP, JRK, PERSP, dan KOM signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ; WTP\_owl dan BPERJ\_owl signifikan pada  $\alpha = 10\%$ .

#### 4.2.5. Estimasi Obyek Wisata Banaran

Tabel 4.5  
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan untuk Obyek Wisata Banaran

No	Variabel	Koefisien	t-Ststistik	Probabilitas
1	Log(WTP)	-0,1418	-9,0417***	0,0000
2	Log(WTP_owl)	0,3164	5,3444***	0,0000
3	Log(PENDP)	0,7779	11,8188***	0,0000
4	Log(BPERJ)	-0,0473	-3,7645***	0,0005
5	Log(BPERJ_owl)	0,0070	1,3500	0,1841
6	Log(JRK)	-0,0932	-3,7715***	0,0005
7	Log(PENDI)	0,0124	0,8222	0,4155
8	Log(UM)	-0,3894	-3,5956***	0,0008
9	PERSP	0,0006	0,1089	0,9138
10	DASWIS	-0,0048	-0,8714	0,3884
11	DKOM	-0,0090	-1,3501	0,1840
12	DJK	0,0051	0,8842	0,3815
13	DPROM	-0,0003	-0,0460	0,9635
14	DKUNJSEB	0,0039	0,4653	0,6440
15	CONSTANT	-13,0070	-21,4977***	0,0000
R <sup>2</sup> = 0,9793		DW-Statistik = 2,2333		
R <sup>2</sup> adjusted = 0,9791		Prob (F-Statistik) = 0,0000		
F-Statistik = 46,1565		N = 58		

Sumber: Data Diolah.

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;  
\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh variabel-variabel yang signifikan, yaitu variabel WTP, WTP\_owl, PENDP, BPERJ, JRK, UM, dan C signifikan pada  $\alpha = 1\%$ .

#### Uji Kesamaan Perilaku Untuk Obyek Wisata Agro Tlogo dan Banaran

Uji kesamaan perilaku, untuk mengetahui kedua persamaan regresi yang variabelnya sama, tetapi dengan dua obyek yang berbeda yaitu obyek wisata Agro Tlogo dan Banaran. Selanjutnya melakukan regresi dari obyek wisata alam dan diperoleh S1 (RSS<sub>Alam</sub>), melakukan regresi obyek wisata Agro Tlogo dan diperoleh S2 (RSS<sub>Argro Tlogo</sub>), dan melakukan regresi obyek wisata Banaran dan diperoleh S3 (RSS<sub>Banaran</sub>). Hasil perhitungannya sebagai berikut:

$$S1 (RSS_{Alam}) = 3,8310 \text{ (Tabel 5.3)}$$

$$S2 (RSS_{Arglo Tlogo}) = 0,4852 \text{ (Tabel 5.7)}$$

$$S3 (RSS_{Banaran}) = 0,0136 \text{ (Tabel 5.9)}$$

$$S4 (RSS_{ur} \text{ atau } S2+S3) = 0.4988 \text{ dengan } df = (n_1 + n_2 - 2k)$$

$$S5 (S1-S4) = 3,3322$$

$$Df = (n_1 + n_2 - 2k), (42+58-28)= 72$$

$$F \text{ Tabel} = 1,45$$



$$F \text{ Hitung} = \frac{SS/K}{S^2/((N1+N2)-2k)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{4.329748/14}{0.498736/72} = \frac{0.30926771}{0.00692689} = 44,64$$

Hasil uji kesamaan perilaku = 44,64 > 1,45

Dari hasil pengujian dengan chow test kemudian dibandingkan antara F-hitung dan F-tabel dimana hasilnya menunjukkan bahwa F hitung > F tabel. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa regresi jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Agro Tlogo adalah tidak berbeda dengan regresi di obyek wisata Banaran ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Agro Tlogo dan di obyek wisata Banaran. Perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ini ditunjukkan oleh perbedaan perilaku/karakteristik wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Agro Tlogo dan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Banaran. Perbedaan perilaku wisatawan ini ditunjukkan oleh perbedaan variabel yang meliputi aspek geografik dan aspek demografik.

Aspek geografik yaitu variabel jarak, untuk obyek wisata Agro Tlogo dan obyek wisata Banara berhubungan negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan, tetapi nilai elastisitas obyek wisata Agro Tlogo lebih besar dibandingkan dengan nilai elastisitas obyek wisata Banaran. Hal ini berarti bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Agro Tlogo dan Banaran semakin jauh jarak yang ditempuh semakin berkurang jumlah kunjungan wisatanya dan sebaliknya, tetapi wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Agro Tlogo lebih responsif terhadap wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Banaran.

Aspek demografik meliputi variabel pendapatan, pendidikan, dan umur. Variabel pendapatan, nilai elastisitas obyek wisata Agro Tlogo lebih rendah dibandingkan dengan nilai elastisitas obyek wisata Banaran. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Banaran lebih responsif dibandingkan dengan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Agro Tlogo. Selanjutnya variabel pendidikan untuk obyek wisata Agro Tlogo berhubungan negatif dengan jumlah kunjungan wisatawan, sedangkan untuk obyek wisata Banaran berhubungan negatif dengan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Agro Tlogo kebanyakan pendidikannya rendah, sedangkan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Banaran kebanyakan pendidikannya tinggi. Kemudian variabel umur, untuk obyek wisata Agro Tlogo dan Banaran sama-sama berhubungan secara negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan, tetapi untuk obyek wisata Agro Tlogo tidak signifikan sedangkan untuk obyek wisata Banaran signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Agro Tlogo dan obyek wisata Banaran kebanyakan usia muda, tetapi untuk obyek wisata Banaran variabel umur mempunyai pengaruh yang kuat terhadap jumlah kunjungan wisatawan.

#### 4.2.6. Estimasi Obyek Wisata Candi Gedong Songo

Tabel 4.6

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan untuk Obyek Wisata Candi Gedong Songo

No	Variabel	Koefisien	t-Ststistik	Probabilitas
1	Log(WTP)	-0,3391	-9,4846***	0,0000
2	Log(WTP_owl)	-0,0219	-0,9970	0,3199
3	Log(PENDP)	0,5786	14,1603***	0,0000
4	Log(BPERJ)	-0,0144	-0,5570	0,5781
5	Log(BPERJ_owl)	-0,0078	-0,3446	0,7308
6	Log(JRK)	0,0005	0,0225	0,9821
7	Log(PENDI)	-0,0002	-0,0127	0,9899
8	Log(UM)	-0,0260	-1,9039**	0,0583
9	PERSP	0,0422	2,3836**	0,0180
10	DASWIS	0,0040	0,0233	0,9814
11	DKOM	0,0503	1,3817	0,1685
12	DJK	-0,0193	-0,6956	0,4873
13	DPROM	0,0797	1,7667*	0,0787
14	DKUNJSEB	0,2658	5,2070***	0,0000
15	CONSTANT	-0,2041	-1,2592	0,2094
R <sup>2</sup> = 0,9633		DW-Statistik = 1,6217		
R <sup>2</sup> adjusted = 0,9608		Prob (F-Statistik) = 0,0000		
F-Statistik = 387,9195		N = 222		

Sumber: Data Diolah.

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;

\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh variabel-variabel yang signifikan, yaitu variabel WTP, PENDP, dan KUNJSEB signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; UM dan PERSP signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ; PROM signifikan pada  $\alpha = 1\%$

#### 4.2.7. Estimasi Obyek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa

Tabel 4.7

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan untuk Obyek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa

No	Variabel	Koefisien	t-Ststistik	Probabilitas
1	Log(WTP)	-0,3462	-7,6223***	0,0000
2	Log(WTP_owl)	0,1289	3,8217***	0,0003
3	Log(PENDP)	0,2703	3,4852***	0,0009
4	Log(BPERJ)	-0,1522	-2,0624**	0,0433
5	Log(BPERJ_owl)	0,0049	0,2783	0,7817
6	Log(JRK)	-0,0770	-1,1550	0,2525
7	Log(PENDI)	0,0935	2,0463**	0,0449
8	Log(UM)	-0,0697	-2,0861**	0,0410
9	PERSP	0,0033	0,1686	0,8666
10	DASWIS	-0,0002	-0,0113	0,9910
11	DKOM	-0,0002	-0,0167	0,9867
12	DJK	-0,0078	-0,5480	0,5856
13	DPR0M	0,0082	0,5442	0,5882
14	DKUNJSEB	-0,0173	-1,0815	0,2836
15	CONSTANT	1,9211	1,2192	0,2273
R <sup>2</sup> = 0,9774		DW-Statistik = 2,2495		
R <sup>2</sup> adjusted = 0,9724		Prob (F-Statistik) = 0,0000		
F-Statistik = 194,6101		N = 78		

Sumber: Data Diolah.

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;  
\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh variabel-variabel yang signifikan, yaitu variabel WTP, WTP\_owl, dan PENDP signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; dan BPERJ, PENDI, dan UM signifikan pada  $\alpha = 5\%$ .

#### Uji Kesamaan Perilaku Untuk Obyek Wisata Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa

Uji kesamaan perilaku, untuk mengetahui kedua persamaan regresi yang variabelnya sama, tetapi dengan dua obyek yang berbeda yaitu obyek wisata Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa. Selanjutnya melakukan regresi dari obyek wisata sejarah dan diperoleh S1 (RSS<sub>Sejarah</sub>), melakukan regresi obyek wisata Candi Gedong Songo dan diperoleh S2 (RSS<sub>Candi Gedong Songo</sub>), dan melakukan regresi obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa dan diperoleh S3 (RSS<sub>MKA Ambarawa</sub>). Hasil perhitungannya sebagai berikut:

$$S1 (RSS_{Sejarah}) = 90,6105 \text{ (Tabel 5.5)}$$

$$S2 (RSS_{Candi Gedong Songo}) = 8,1142 \text{ (Tabel 5.11)}$$

$$S3 (RSS_{KA AMBARAWA}) = 0,1905 \text{ (Tabel 5.13)}$$

$$S4 (RSS_{ur} \text{ atau } S2+S3) = 8,3047 \text{ dengan } df = (N_1 + N_2 - 2k)$$

$$S5 (S1-S4) = 82,3058$$

$$Df = (n_1 + n_2 - 2k), (222+78-28)= 272$$

$$F\text{-tabel} = 1,64$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{S_5 / k}{S_4 / \{(N_1 + N_2)\} - 2k}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{5,8782}{0,0291} = 200,31$$

$$\text{Hasil uji kesamaan perilaku} = 200,31 > 1.64$$

Dari hasil pengujian dengan chow test kemudian dibandingkan antara F-hitung dan F-tabel dimana hasilnya menunjukkan bahwa F hitung > F tabel. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa regresi jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Candi Gedong Songo adalah tidak berbeda dengan regresi di obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Candi Gedong Songo dan di obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa. Perbedaan jumlah kunjungan wisatawan ini ditunjukkan oleh perbedaan perilaku/karakteristik wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Candi Gedong Songo dan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa. Perbedaan perilaku wisatawan ini ditunjukkan oleh perbedaan variabel yang meliputi aspek geografik dan aspek demografik.

Aspek geografik yaitu variabel jarak, untuk obyek wisata Candi Gedong Songo berhubungan positif dengan jumlah kunjungan wisatawan dan untuk obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa. Hal ini berarti bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Candi Gedong Songo kebanyakan berasal dari sekitar lokasi obyek wisata, sedangkan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa semakin jauh jarak yang ditempuh semakin berkurang jumlah kunjungannya dan sebaliknya.

Aspek demografik meliputi variabel pendapatan, pendidikan, dan umur. Variabel pendapatan, nilai elastisitas obyek wisata Candi Gedong Songo lebih tinggi dibandingkan dengan nilai elastisitas obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Candi Gedong Songo lebih responsif dibandingkan dengan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa. Selanjutnya variabel pendidikan untuk obyek wisata Candi Gedong Songo berhubungan negatif dan tidak signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawan, sedangkan untuk obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa berhubungan positif dan signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Candi Gedong Songo kebanyakan pendidikannya rendah, sedangkan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa kebanyakan pendidikannya tinggi dan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Kemudian variabel umur, untuk obyek wisata Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa sama-sama signifikan dan berhubungan secara negatif, tetapi nilai elastisitas obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa lebih tinggi dibandingkan dengan nilai elastisitas obyek wisata Candi Gedong Songo. Hal ini

menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa lebih responsif dibandingkan dengan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Candi Gedong Songo. Hal ini berarti bahwa obyek wisata Candi Gedong Songo banyak diminati oleh wisatawan yang usianya relatif muda (para pelajar dan mahasiswa) dan ingin mencari pengetahuan mengenai sejarah dan obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa banyak diminati oleh wisatawan yang usianya tua dan sekedar ingin refressing.

Untuk lebih jelasnya, rangkuman perbandingan hasil estimasi permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang disajikan Tabel 4.8.

**Tabel 4.8**  
**Perbandingan Hasil Estimasi Permintaan Pariwisata di Kabupaten Semarang**

Variabel	Obyek Wisata						
	Semua	Alam	Sejarah	Agro Tlogo	Banaran	Candi Gedong Songo	MKA Ambarawa
Log(WTP)	-0,6827***	-1,0505***	-0,1677**	-1,3114***	-0,1418***	-0,3391***	-0,3462***
Log(WTP_owl)	-0,4617***	-0,3050***	0,1183	-0,2076*	0,3164***	-0,0219	0,1289***
Log(PENDP)	0,6524***	0,1321**	0,2158**	0,1240**	0,7779***	0,5786***	0,2703***
Log(BPERJ)	-0,3879***	0,0445	-0,1464***	-0,1703*	-0,0473***	-0,0144	-0,1522**
Log(BPERJ_owl)	-0,1997**	-0,0659*	0,6550***	-0,0159	0,0070	-0,0078	0,0049
Log(JRK)	-0,1454**	-0,0581	0,0595	-0,1117**	-0,0932***	0,0005	-0,0770
Log(PENDI)	0,0232	0,1714	-0,0126	-0,2273	0,0124	-0,0002	0,0935**
Log(UM)	0,0667	0,2077	0,0150	-0,0567	-0,3894***	-0,0260**	-0,0697**
PERSP	0,1339**	0,1163**	0,1316***	0,1110**	0,0006	0,0422**	0,0033
DASWIS	-0,3640***	0,0021	-0,0135	0,2285	-0,0048	0,0040	-0,0002
DKOM	0,1141	0,0724	-0,0960	0,1435**	-0,0090	0,0503	-0,0002
DJK	0,1245	-0,0384	-0,0607	0,0050	0,0051	-0,0193	-0,0078
DPROM	-0,1705	-0,0905	0,0953	-0,0502	-0,0460	0,0797*	0,0082
DKUNJSEB	-0,2941**	0,3503***	0,2396**	0,2993***	0,4653	0,2658***	-0,0173
C	2,8005***	12,8425***	0,2565**	15,4261***	-21,4977***	-0,2041	1,9211

Catatan: \*\*\*)signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$ ;

\*)signifikan pada  $\alpha = 10\%$

### 4.3. Perbandingan Hasil Estimasi Permintaan Pariwisata

#### 4.3.1. Hasil Estimasi Obyek Wisata Alam dengan Sejarah

Setelah dilakukan *Chow Test* terhadap obyek wisata alam dengan sejarah ternyata hipotesis menyatakan bahwa regresi jumlah kunjungan wisatawan (JKW) di obyek wisata alam tidak berbeda dengan regresi di obyek wisata sejarah ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata alam dan di obyek wisata sejarah, perbedaan ini ditunjukkan oleh perbedaan karakteristik dari setiap variabel di obyek wisata alam dan di obyek wisata sejarah.

Untuk obyek wisata alam model estimasi JKW secara empiris adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Log}(\text{JKW}) = & 12,8425 - 1,0505 \text{Log}(\text{WTP}) - 0,3050 \text{Log}(\text{WTP}_{\text{owl}}) + \\ & 0,1321 \text{Log}(\text{PENDP}) - 0,0659 \text{Log}(\text{BPERJ}_{\text{owl}}) + \\ & 0,1163 \text{PERSP} + 0,3503 \text{DKUNJSEB} \dots \dots \dots (4.1) \end{aligned}$$

Sedangkan untuk obyek wisata sejarah model estimasi JKW secara empiris adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Log}(\text{JKW}) = & 0,2565 - 0,1677 \text{Log}(\text{WTP}) + 0,2158 \text{Log}(\text{PENDP}) - \\ & 0,1464 \text{Log}(\text{BPERJ}) + 0,6550 \text{Log}(\text{BPERJ}_{\text{owl}}) + \\ & 0,1316 \text{PERSP} + 0,2396 \text{DKUNJSEB} \dots \dots \dots (4.2) \end{aligned}$$

#### 4.3.2. Hasil Estimasi Obyek Wisata Agro Tlogo dengan Banaran

Setelah dilakukan *Chow Test* terhadap obyek wisata alam dengan alam ternyata hipotesis yang menyatakan bahwa regresi jumlah kunjungan wisatawan (JKW) di obyek wisata Agro Tlogo tidak berbeda dengan regresi di obyek wisata Banaran ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Agro Tlogo dan di obyek wisata Banaran, perbedaan ini ditunjukkan oleh perbedaan karakteristik dari setiap variabel di obyek wisata Agro Tlogo dan di obyek wisata Banaran.

Untuk obyek wisata Agro Tlogo model estimasi JKW secara empiris adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Log}(\text{JKW}) = & 15,2461 - 1,3114 \text{Log}(\text{WTP}) - 0,2076 \text{Log}(\text{WTP}_{\text{owl}}) + \\ & 0,1240 \text{Log}(\text{PENDP}) - 0,1703 \text{Log}(\text{BPERJ}) - \\ & 0,1117 \text{Log}(\text{JRK}) + 0,1110 \text{PERSP} + \\ & 0,1435 \text{DKOM} + 0,2993 \text{DKUNJSEB} \dots \dots \dots (4.3) \end{aligned}$$

Sedangkan untuk obyek wisata Banaran model estimasi JKW secara empiris adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Log}(\text{JKW}) = & -13,0070 - 0,1418 \text{Log}(\text{WTP}) + 0,3164 \text{Log}(\text{WTP}_{\text{owl}}) + \\ & 0,7779 \text{Log}(\text{PENDP}) - 0,0473 \text{Log}(\text{BPERJ}) - \\ & 0,0932 \text{Log}(\text{JRK}) - 0,3894 \text{Log}(\text{UM}) \dots \dots \dots (4.4) \end{aligned}$$

#### 4.3.3. Hasil Estimasi Obyek Wisata Candi Gedong Songo dengan Museum Kereta Api Ambarawa

Setelah dilakukan *Chow Test* terhadap obyek wisata sejarah dengan sejarah ternyata hipotesis yang menyatakan bahwa regresi jumlah kunjungan wisatawan (JKW) di obyek wisata Candi Gedong Songo tidak berbeda dengan regresi di

obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Candi Gedong Songo dan di obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa, perbedaan ini ditunjukkan oleh perbedaan karakteristik dari setiap variabel di obyek wisata Candi Gedong Songo dan di obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa.

Untuk obyek wisata Candi Gedong Songo model estimasi JKW secara empiris adalah sebagai berikut:

$$\text{Log}(\text{JKW}) = -0,3391 \text{ Log}(WTP) + 0,5786 \text{ Log}(\text{PENDP}) - 0,0260 \text{ Log}(\text{UM}) + 0,0422 \text{ PERSP} + 0,0797 \text{ DPROM} + 0,2658 \text{ DKUNJSEB} \dots \dots \dots (4.5)$$

Sedangkan untuk obyek wisata Museum Kereta Api Ambarawa model estimasi JKW secara empiris adalah sebagai berikut:

$$\text{Log}(\text{JKW}) = -0,3462 \text{ Log}(WTP) + 0,1289 \text{ Log}(WTP_{\text{owl}}) + 0,2703 \text{ Log}(\text{PENDP}) - 0,1522 \text{ Log}(\text{BPERJ}) + 0,0935 \text{ Log}(\text{PENDI}) - 0,0697 \text{ Log}(\text{UM}) \dots \dots \dots (4.6)$$

## V. KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN

Pada bab ini disajikan beberapa kesimpulan yang didasarkan pada hasil analisis serta diberikan implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian berikutnya.

### 5.1. Kesimpulan

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang adalah: harga pariwisata yang diproksi dengan kemauan membayar (*willingness to pay/WTP*), harga pariwisata obyek wisata lain (di luar Kabupaten Semarang) yang diproksi dengan kemauan membayar obyek wisata lain (*willingness to pay/ WTP\_owl*), pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan obyek wisata lain (di luar Kabupaten Semarang), jarak, pendidikan, umur, persepsi, komunitas, promosi, dan kunjungan sebelumnya.

### 5.2. Implikasi

Penelitian ini memberikan implikasi kebijakan dan kontribusi penelitian terhadap ilmu pengetahuan

#### 5.2.1. Implikasi Kebijakan

Salah satu tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Kabupaten Semarang (dalam hal ini obyek wisata alam: Agro Tlogo dan Banaran dan obyek wisata sejarah: Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa). Berdasarkan hasil penelitian seperti diuraikan pada Bab IV dan Bab V, ada dua hal pokok yang dapat dirumuskan menjadi perhatian utama dalam jumlah kunjungan wisatawan yaitu variabel dasar (utama) dan variabel demografi.

Variabel dasar (utama) terdiri atas harga pariwisata diproksi dengan kemauan membayar (*willingness to pay/WTP*) dan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk empat obyek wisata kedua variabel ini secara signifikan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, dan ditemukan bahwa elastisitas jumlah kunjungan wisatawan terhadap *WTP* untuk tiga obyek wisata yaitu Banaran Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa adalah inelastis, sementara hanya obyek wisata Agro Tlogo elastis.

Rendahnya elastisitas *WTP* dan pendapatan menunjukkan keterbatasan pendapatan wisatawan yang pada gilirannya membatasi dalam melakukan kunjungan wisata, dalam hal ini pemerintah Kabupaten Semarang dalam mendesain kebijakan harga sebaiknya pengelola obyek wisata mempertimbangkan daya beli dari wisatawan karena diketahui perlu diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Semarang adalah dari segmen menengah bawah. Sementara wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Kabupaten Semarang sebagian besar wisatawan nusantara (berasal dari Kabupaten Semarang sendiri maupun provinsi Jawa Tengah) sehingga strategi yang dibuat harus mempertimbangkan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) dari wisatawan tersebut. Selain itu, pemerintah Kabupaten Semarang juga mengembangkan wisata pendidikan yang berkaitan dengan pelajar dan mahasiswa. Selanjutnya



pemerintah Kabupaten Semarang juga mengembangkan obyek dan daya tarik wisata yang memiliki nuansa anak muda seperti *adventure* atau sejenisnya, meningkatkan fasilitas-fasilitas obyek wisata, membuat fasilitas untuk aktifitas-aktifitas wisatawan yang tidak harus mengeluarkan uang seperti gardu pandang, taman tempat bersantai bersama keluarga dan lain sebagainya. Kemudian pemerintah Kabupaten Semarang juga meningkatkan promosi dengan melakukan event-event pada masing-masing obyek wisata.

### **5.2.2. Kontribusi Terhadap Ilmu Pengetahuan**

Estimasi permintaan pariwisata untuk setiap obyek dengan menambahkan variabel promosi pariwisata, persepsi daya tarik obyek wisata dan kunjungan sebelumnya diharapkan merupakan kontribusi ilmiah (teori) dari penelitian ini. Sampai saat ini belum pernah ada estimasi permintaan pariwisata yang secara spesifik untuk setiap obyek khususnya untuk obyek wisata alam dan sejarah.

Dengan menambahkan variabel-variabel tersebut sekaligus mendukung pendapat Sara A. Proenca & Elias Soukiazis (2005) yang menyatakan bahwa permintaan pariwisata tidak hanya merefleksikan pendapatan dan harga (biaya) tetapi juga mengetahui karakteristik-karakteristik demografi dan sosial wisatawan, karena hal ini dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.

Di masa yang akan datang, variabel-variabel yang mempengaruhi permintaan pariwisata dapat berkembang lebih luas. Variabel-variabel tersebut dapat berkembang karena perubahan lingkungan yang ada di empat obyek wisata tersebut dan terutama karena perubahan teknologi. Namun demikian, model permintaan pariwisata dalam penelitian ini, tetap dapat digunakan karena perubahan-perubahan tersebut dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi ini belum mengestimasi permintaan pariwisata untuk semua obyek wisata alam dan sejarah yang ada di Kabupaten Semarang, padahal obyek wisata alam dan sejarah yang ada di Kabupaten Semarang tidak hanya dalam penelitian ini.
2. Jumlah sampel yang diteliti pada setiap obyek wisata dianggap masih sedikit, padahal populasinya cukup besar.
3. Estimasi permintaan pariwisata dalam penelitian ini hanya menggunakan satu persamaan saja, sehingga belum mampu mengungkap hal-hal yang berhubungan dengan harga pariwisata.
4. Penelitian ini dilakukan dengan studi empiris di Kabupaten Semarang, sehingga hanya berlaku di Kabupaten Semarang.

### **5.4. Saran Untuk Penelitian Berikutnya**

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Semarang mengelompokkan obyek wisata yang ada baik obyek wisata alam maupun obyek wisata sejarah ada 19 obyek seperti yang tersaji pada Bab I Tabel 1.16. Namun karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, dalam penelitian ini hanya dilakukan pada obyek wisata

alam (Agro Tlogo dan Banaran) dan obyek wisata sejarah (Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa). Oleh karena itu, agenda penelitian berikutnya adalah mengestimasi permintaan pariwisata untuk obyek wisata yang lain yang ada di Kabupaten Semarang. Gray (1966), Kliman (1981), Witt & Martin (1987) mengemukakan bahwa harga pariwisata di tempat tujuan alternatif dalam penelitian ini harga pariwisata obyek wisata lain yang diproksi WTP\_owl merupakan harga substitusi. Harga substitusi ini merupakan variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan dan hubungan antara harga substitusi dengan jumlah kunjungan wisatawan dapat positif atau negatif. Kalau hubungannya positif berarti bahwa semakin tinggi harga substitusi maka akan semakin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Sedangkan kalau hubungannya negatif berarti obyek wisata lain merupakan barang komplementer.

Dalam penelitian ini, model permintaan pariwisata hanya diestimasi dalam bentuk persamaan tunggal (*Single Equation*) dengan variabel dependen jumlah kunjungan wisatawan (proxy dari permintaan pariwisata). Sebagaimana dikemukakan oleh Kulendran & Witt (2001), Lim & McAleer (2002) dan Drisakis (2004) jumlah kunjungan wisatawan didasarkan pada harga bahan bakar. Kemudian harga bahan bakar ini mencerminkan biaya perjalanan. Oleh karena itu, agenda penelitian berikutnya adalah mengestimasi fungsi harga pariwisata sebagai variabel dependen dengan memasukkan variabel ekonomi dan variabel karakteristik/demografi wisatawan sebagai variabel independen. Selanjutnya dapat juga diestimasi apakah ada saling mempengaruhi atau saling ketergantungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Selain itu untuk agenda peneliti selanjutnya, karena analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan di empat obyek wisata (Agro Tlogo, Banaran, Candi Gedong Songo dan Museum Kereta Api Ambarawa) belum maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamowicz, Wiktor ,1994, Habit Formation and Variety Seeking in a Discrete Choice Model of Recreation Demand, *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 19: 19-31.
- Alper Aslan, Ferit Kula and Muhittin Kaplan, 2009, *International Tourism Demand for Turkey : A Dynamic Panel Data Approach*, Department of Economics Turkey
- Amuquandoh, F.E. – Laud A. Dei, 2007, “Tourism Development Preferences Among the Residents of Lake Bosomtwe basin”, *Ghana, Geo Journal 70* : 173-183 DOI 10, 1007/s 10708-008-9123-2
- Andrea Giacomelli, 2006, *Modelling International Tourism Demand*, The University of Insubria, Italy
- Anna Maria Parroco & Serena Volo, 2000, *International Tourism Demand : the Italian Tourist Flow to Ireland*, Istituto di Statistica Sociale e Science Demografiche e Biometriche Universita di Palermo
- A.Ozlem Onder, Aykan Candemir and Nese Kumral, 2006, *An Empirical of the Determinants of International Tourism Demand : The Case Izmir*, Department of Economics and Business Adiministration, Ege University, 35100, Izmir, Turkey
- Badan Pusat Statistik, 2003, *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Semarang Menurut Lapangan Usaha tahun 1999 – 2003*, Pemda Kab. Semarang.
- , 2005, *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Semarang Menurut Lapangan Usaha tahun 2000 – 2005*, Pemda Kab. Semarang
- , 2009, *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Semarang Menurut Lapangan Usaha tahun 2006 – 2008*, Pemda Kab. Semarang
- , 2002, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah
- , 2003, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah
- , 2004, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah
- , 2005, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah

-----, 2006, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah

-----, 2007, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah

-----, 2008, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah

-----, 2009, *Jawa Tengah Dalam Angka*, Propinsi Jawa Tengah

Bateman, Ian J., Guy .D. Garrod, Julii S. Brainard, and Andrew A. Lovett ,1996, "Measurement Issues in the Travel Cost Method: A Geographical Information Systems Approach", *Journal of Agricultural Economics*, 47(2): 191-205.

Becker, Gary S., 1965, "A Theory of the Allocation of Time," *Economic Journal*, 75(September): 493-517.

Becker, Gary S. [1992]: "Habits, Addictions, and Traditions," *Kyklos*, 45(3): 327-345.

Bell, Kathleen P. and Ivar E. Strand [2003]: "Reconciling Models of Recreational Route and Site Choices," *Land Economics*, 79(August): 440-454.

Bockstael, Nancy, W. Michael Hanemann, and Catherine Kling [1987]: "Estimating the Value of Water Quality Improvements in a Recreational Demand Framework," *Water Resources Research*, 23(5): 951-960.

Bormley, 1994, *Interpretation in Countryside Recreation : A Handbook for Managers*, London, E & FN Spon

Blundell, R. (1988) Consumer behaviour: theory and empirical evidence - a survey, *Economic Journal*, 98, 16-65.

Business Monitor MA6 (1970-1993), *Overseas Travel and Tourism*, Government Statistical Service, Central Statistical Office, HMSO, London.

Cai, L.A., Bo Hu & Ruomir, 2001, "Domestic Tourism Demand in China's Urban Centres : Empirical Analysis and Marketing Implikations", *Journal of Vacation Marketing*, 8, 1; ABI/INFORM Global pg. 54

Christine Lim & Michael McAleer, 1996, *Annual Tourism Demand by Malaysia for Australia*, Department of Economics University of Western Australia

- Christine Lim, 1997, "Review of International Tourism Demand Models", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 4, p. 835-849
- Cochran, W.G., 1997, Sampling *Techniques Third Edition*, John Willey & Sons, New York, USA
- Christine Lim & Michael McAleer, 2003, *Modelling International Travel Demand from Singapore to Australia*, Department of Economics University of Western Australia
- Cizel, B., Ondera, A.O., & Candemir, B.A., 2007, "An Analysis of managerial Competency Needs in the Tourism Sector : The Case of Turkey", *Journal of Econometrics*, Vol. 62, No. 2,
- Cheung, C. & Rob law, 2001, "Determinant of Tourism Hotel Expenditure in Hong Kong", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*; 13, 3; ABI/INFORM Global pg. 151
- Chau Jo Vu & Turner, L., 2005, *Data Disaggregation in Demand Forecasting, Tourism and Hospitality*, 6, 1 ; ABI/INFORM Global pg. 38
- Cristine Lim, 2003, *Modelling International Travel Demand from Singapore to Australia*, Discussion Papers are a Series of Manuscript in Their Draft Form, University of Western Australia
- Cristine Lim and <sup>2</sup> Y. Wang, 2003, "A Time Series Analysis of Chinese Outbound Tourism to Australia", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(2), pp. 87-104
- Carraro, C., & Manente, M., 1994, " The TRIP Forecasting Models of World Tourist Flow, from and to Italy", *Quaderni*, No. 82, Ciset
- Durberry, R. 1999, *Long Run Structural Tourism Demand Modelling : An Application to France*, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham
- Djijono, 2002, *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Abdul Rahman*, Propinsi Lampung, Makalah Falsafah Sains. [http : //rudiet. Tripod.com/sen 023](http://rudiet.Tripod.com/sen023).
- David Allen, Riaz Shareef and Ghialy yap, 2007, *Modelling Interstate Tourism Demand in Australia : A Cointegration Approach*, Faculty of Business and Law, Edith Cowan University, Perth, Australia

- Deaton, A. and Muellbauer, J. (1980a) *Economics and Consumer Behaviour*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Deaton, A. and Muellbauer, J. (1980b), “ An Almost Ideal Demand System”, *The American Economic Review*, 70, 312-26.
- De Mello, M., & Sinclair, M.T., 2000, “*Alternative Specifications of Tourism Demand Models and Their Implications for Economics Development*”, Paper Presented at the ELRC Development Economics Study Group Annual Conference 2000, University of Nottingham, mimeo
- Evans, G. B. A., and Savin, N. E., 1981, “Testing for Unit Roots: 1”, *Econometrica*, 49, 763 – 777.
- Engle, R.E. & Granger, C.W.J., 1987, “Co-integration and Error Correction : Representation, Estimation, and testing”, *Econometrica*, 55, p. 251-276
- Eurostat , 1987 *Tourism: Annual Statistics*, Theme 7 (Services and transports), series C (Accounts, surveys and statistics), Eurostat , Luxembourg.
- Francis E. Amuquandoh-Laud A Dei, 2008, *Tourism Development Preferences Among the Residents of Lake Bosomtwe Basin, Ghana*, Department of Geography & Tourism, University of Cape Coast, 00233, Ghana
- Ferda Halicioglu, 2008, *An Econometric Analysis of Aggregate Outbound Tourism Demand of Turkey*, MPRA Paper No. 6765, Posted 16, January 2008 ? 17:51, Department of Economics, Yeditepe University
- Gujarati, D. N. ,2003, *Basic Econometrics*, McGraw-Hill International Editions, New York.
- Gunn, C.A., 1988, *Tourism Planning: Second Edition*, New York; Taylor & Francis
- Hesterbergy, R. A., 1997, “Bayesian Inference in Econometric Models Using Monte Carlo Integration”, *Econometrica*, 57, 1317 – 1339.
- Hartono, Jogianto, 2002, *Teori Ekonomi Mikro : Analisis Matematis*, Penerbit Andi Yogyakarta

- Irawan, B, 1999, Penelitian Deskriptif Terapan Dalam Bidang Ekonomi Kapariwisata Studi Dampak Ekonomi Kegiatan Bengawan Solo. *Perspektif* 13 / Edisi Januari – Maret.
- Jennifer, C.H., 2006, “Forecasting Japanese Tourism in Taiwan Using an Intervention Analysis, International Journal of Culture” , *Jurnal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 2, No. 3, pp. 197-216
- Kevin & Giacomelly,A., 2004, *Recreation Demand Using Physical Measures of Water Quality*, Working Paper.
- Kenneth, E.T., 1997, “Recreation Demand Models With Taste Differences Over People”, Departement of Economics University of California, *Berkely Journal Forhcoming, Land Economics*, Vol. 74, No. 2
- Katleen Carey, 1991, “Estimation of Caribbean Tourism Demand : Issues in Measurement and Methodology”, *Atlantic Economic Journal*; Sep ; 19, 3 ; ABI/INFORM Global pg. 32
- Kartawan, 2004, Menumbuhkan Perekonomian Melalui Pembangunan Pariwisata, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* No. 1, Jilid 9 Fakultas Ekonomi, Univesrsitas Siliwangi
- Karplus, Y. & Krakover, S., 2005, Stochastic Multivariable Approach to Modelling Tourism Area Life Cycles, *Tourism and Hospitality Research*; 5, 3; ABI/INFORM Global pg. 235
- Kulendran, N., 1996, Analysis of Tourism Demand in South Korea : A Cointegration and Error Correction Approach, *Tourism Analysis*, 3, 25-41
- Kulendran & King, 1997, “Forecasting International Quarterly Tourist Flows Using Error-cprrection and Time-series Models”, *International Journal of Forecasting* : Vol. 13, Iss. 3; p. 319-328
- Kim, S., & Song, H., 1998, “Analysis of Tourism Demand in South Korea : A Cointegration and Error Corection Approach”, *Tourism Analysis*, 3, p. 25-41
- Kotler, Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Jaka Wasana, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Lubis, Rizal, 2003, *Analisis Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Kota Medan*, Tesis, Universitas Sumatera Utara (tidak dipublikasikan)
- Lundbery, A., 1995, *Tourism Economics*, John Wiley, New York.

- Liping A. Cai, Bo Hu and Ruomei Feng, 2001, *Domestic Tourism Demand in China's Urban Centres : Empirical Analyses and Marketing Implications*, Department of Hospitality and Tourism Management, 1266 Stone Hall, West Lafayette, IN, 47907, USA
- Latsany Phakdisoth and Donghun Kim, 2007, The Determinants of Inbound Tourist in Laos, *ASEAN Economic Bulletin*, 24, 2 ; ABI/INFORM Global pp. 225
- Le Roy, Roger Miller and Roger E. Meiners, alih bahasa Haris Munandar, 2000, *Teori Ekonomi Intermediate*, PT Raja Grafindo, Jakarta
- Martin, C.A and S.F. Witt, 1987, Tourism Demand Forecasting Models : Choice of Appropriate Variable to Represent Tourists' Cost Living, *Tourism Management*, Vol. 8
- Mario, M., 2005, The Forecasting Ability of a Cointegration VAR System of the UK Tourism Demand for France, Spain and Portugal, *Empirical Economic*
- Mulyaningrum, 2005, Eksternalitas Ekonomi Dalam Pembangunan Wisata Alam Berkelanjutan. *Jurnal Penelitian UNIB*, Vol. XI, No. 1, Hlm 9-10, ISSN 0852-405X
- Martanto, L.A., 2007, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Wisatawan Nusantara Kabupaten Semarang*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang (tidak dipublikasikan)
- Mukhlison Sri Widodo dan Mugi Rahardjo, 2004, "Analisis Potensi Pariwisata Waduk Cengklik di Kabupaten Boyolali", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 1, No. 3, pp. 33-45
- Munro, C. & Yeoman, I., 2005, "Impact of the Macro Environment : An Examination of the Economic Propensity of UK Regional Markets for Tourism to Scotland ", *Journal of Vacation Marketing* ; 11, 4 ; ABI/INFORM Global pg. 370
- Marthin, L.E., 2003, Modelling Determinants of Tourism Demand as a Live-stage : A Discrete Choice Methodological Approach, *Tourism and Hospitality Research*; 4, 4; ABI/INFORM Global pp.341
- Maria De Mello, Alan Pack and M. Thea Sinclair, 2008, *UK Demand for Tourism in its Southern Neighbours*, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute University of Nottingham Jubilee Campus Road NG8 IBB



- Mc Eachern, William A, alih bahasa Sigit Triandaru, 2001, *Ekonomi Mikro*, Penerbit PT Salemba Empat, Jakarta
- Nordstrom, J., 2005, *Dynamic and Stochastic Structure in Tourism Demand Modelling*, Department of Economics, Umea University, 901 87 umea, Sweden
- Narayan, P.K., 2002, "A Tourism Demand Model for Fiji, 1970-2000", *Pasific Economic Bulletin*, Vol. 17, 2, pp. 103-116
- Narayan, P.K., 2003, Tourism Demand Modelling : Some Issues Regarding Unit Roots, Co-integration and Diagnostic Test<sup>+</sup> , *Int. J. Tourism Res.* 5, 369-380, Published Online in Wiley InterScience ABI/INFORM Global pg. 369
- Norlida Hanim Mohd Salleh et al., 2008, "Asian Tourism Demand for Malaysia : A Bound Test Approach", *Contemporary Management Research*, Vol. 4, 4, pp. 351-368
- Nababan, Tongan Sihol, 2008, *Analisis Permintaan Energi Listrik PT. PLN (Persero) Untuk Kelompok Rumah Tangga Di Kota Medan*, Disertasi, Universitas Diponegoro, Semarang (tidak dipublikasikan)
- Nasir, Moh., 1999, *Metode Penelitian*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nicholson, Walter, 2002, *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*, Terjemahan IGN Bayu Mahendra, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Nicholson, Walter, 1995, *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*, Terjemahan Agus Maulana, Binarupa Aksara, PO Box 69, Jakarta
- Nicholson, Walter, 2005, Microeconomic Theory : *Basic Principles and Extensions*, Ninth Edition, Thompson South-Western Corp, USA
- Naude & Saayman, 2005, Cultural Tourism Development Trough A Participatory Approach, *The Tourism Economic Journal*, 104, 167-174
- O'Hagan, J. and Harrison, M. ,1984, Market shares of US tourist expenditure in Europe: an econometric analysis, *Applied Economics*, 16, 919-31.
- Parikesit, Danang dan Wiwied Trisnadi, 1997, *Kebijakan Pariwisata Indonesia dalam Pembangunan Jangka Panjang*. Univesrsitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Papatheodorou, A. ,1999, The demand for international tourism in the mediterranean region, *Applied Economics*, 31, forthcoming.

- Pesaran, M.H., 1997, "The Role of Economic Theory in Modelling the long-run", *The Economic Journal*, 107, 178-191
- Pesaran, M.H. and Pesaran ,B., 1997, *Working with Microfit 4.0 : Interactive Econometric Analysis*, Oxford : Oxford Univesity Press
- Pesaran, M.H. and Shin, Y., 1999, "Long-run Structure Modelling", *DAE Working Paper*, No. 9419, revised version of July 1997 paper, University of Cambridge
- Petropoulos,C. & Marthin, J.L.U., 2003, *SFTS : "A Decision Support System for Tourism Demand Analysis and Forecasting"*, *The Journal of Computer Information System*; Fall ; 44, 1; ABI/INFORM Global pg. 21
- Phakdisoth, L. & Kim, D., 2007, The Determinants of Inbound Tourism in Laos, *ASEAN Economic Bulletin*; 24, 2; ABI/INFORM Global pg. 225
- Pindyck, R.S., & Daniel, L.R., 2001, *Microeconomics*,<sup>2nd</sup> edition, Macmilan Publishing Company, New York, USA
- Poerwono, Dwisetia, 1997, *Ketersediaan Ikan dan Akseptabilitasnya Oleh Konsumen Dalam Estimasi Permintaan Rumah Tangga Terhadap Beberapa Jenis Ikan Segar (Survai di kota pantai dan pegunungan Jawa Tengah)*, Disertasi, Universitas Padjadjaran, Bandung (tidak dipublikasikan)
- Prathama Rahardja & Mandala Manurung, 2004, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, Lembaga Penerbit FE Universitas Indonesia
- Resina Katafono and Aruna Gounder, 2004, Modelling Tourism Demand in Fiji, *Working Paper*, Economics Department Reserve Bank of Fiji
- Salma Afia, Irma dan Indah Susilowati, 2004, "Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost", *Jurnal Dinamika Pembangunan Jurusan IESP Fakultas Ekonomi UNDIP*, Vol 1 No 2, pp. 153-165
- Stucka, T., 2000, A Comparison of Two Econometric Models (OLS and SUR) for Forecasting Croatian Tourism Arrivals, *Working Papers Croatian National Hrvatska Narodna Banka*, Istrazivanja
- Spillane, J., 1991, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta.

- Sumitro, D., 1994, *Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. PT Pustaka LP3ES Jakarta-Indonesia.
- Sinclair, M.T., 1991, "The Economic of Tourism", in C. Cooper (ed), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Volume Three, London : Belhaven
- Salvatore, D., 1994, **Teori Ekonomi**, Edisi Kedua, Alih Bahasa Rudy Sitompul, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sinclair, M.T. and Stabler, M.J., 1997, *The Economic of Tourism*, London and New York : Routledge
- Sinclair, M.T., 1998. "Tourism and Economic Development : A Survey", *The Journal of Development Studies*, 34, 1-51
- Sinclair, M. T. and Stabler, M. J. ,1997, *The Economics of Tourism*, Routledge, London and New York.
- Syriopoulos, T. and Sinclair, M.T. ,1993, " An econometric study of tourism demand: the AIDS model of US and European tourism in Mediterranean countries", *Applied Economics*, 25, 1541- 52.
- Song, H. And Witt, S.F., 2000, *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*, Oxford : Pergamon
- Song, H., Romilly, P. And Liu, X., 2000, "An Empirical Study of Outbound Tourism Demand in The UK", *Applied Economics*, 32, 611-624
- Sara A. Proenca and Elias Soukiazis, 2005, *Demand for Tourism in Portugal : A Panel Data Approach*, Centro de Estudos daUniao Europeia Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra-Portugal
- Sugiarto, Tedy Herlambang, Brastoro, Rachmat Sudjana, dan Said Kelana, 2005, *Ekonomi Mikro : Sebuah Kajian Komprehensif*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Samuelson, Paul A. And Nordbaus, William D., 1992, *Microeconomics*, McGraw-Hill, Inc
- Sharpley, R., 1994, *Tourism, Tourism & Society*, Cambridge Geshire: ELM Publication
- Sofyan Yusuf, 1997, *Dasar –dasar Pengertian Pariwisata*, PT Raja Grafindo, Jakarta

- Teresa garin-Munoz and Luis F. Montero-martin, 2006, *Tourism in the Balearic Island : A Dynamic Model for International Demand Using Panel Data*, Facultad de Ciencias Economicas, UNED, Paseo Senda del Rey 11, 28040 madrid, Spain
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1999 tentang Kepariwisataaan
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Umar, Husein, J., 2001, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia  
Pustaka Utama dengan Jakarta Business Research Centre, Jakarta
- Vengesayi, S., 2008, *Destination Attractiveness : Are There Relationship with Destination Attributes, the Business Review*, Cambridge, Summer, 10, 2
- Vogt, M.G., and Wittayakorn, C., 1998, “Determinant of the Demand for Thailand’s Exports of Tourism”, *Applied Economics*, 30, 711-715
- Wietzelise<sup>1</sup> and Richards, S. J., Tol<sup>2,1,3</sup>, 2002, *Impact of Climate on Tourism Demand*, Kluwer Academic Publisher, Printed in the Netherlands
- White, K.J., 1982, “The Demand for International Travel : A System-wide Analysis for US Travel for US Travel to Western Europe”, *Discussion Paper*, No. 82/28, University of British Columbia, Vancouver
- White, K.L., 1985, “An International Travel demand Model : US Travel to Western Europe”, *Annals of Tourism Research*, 12, 529-545
- World Tourism Organisation (WTO), 2009, [http://www. Worldl-tourism.org/](http://www.world-tourism.org/). Madrid
- World Tourism Organisation (1980-1997) *International Tourist Arrivals: destination country totals according to a single indicator*, World Tourism Organisation, Madrid.
- World Tourism Organisation (1977-1980) *Trends of Tourism Movements and Payments*, World Tourism Organisation, Madrid.
- Wahab Salah, alih bahasa Frans Gromang , 2003, *Manajemen Kepariwisataaan*, Jakarta, Cetakan Keempat, PT Pradnya Paramita
- Wietzelise<sup>1</sup> and Richards, S. J., Tol<sup>2,1,3</sup>, 2002, *Impact of Climate on Tourism*, De, and, Kluwer Academic Publisher, Printed in the Netherlands

## **CURRICULUM VITAE**

### **A. Identitas Diri**

1. Nama : Dra. Sri Subanti, MSi
2. NIP : 19581031 198601 2 001
3. Status Dosen : Dosen Tetap Jurusan Matematika FMIPA UNS
4. Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 31 Oktober 1958
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Pangkat / Golongan /  
Terhitung mulai : Pembina Utama Muda / IV c  
: 1 April 2006
7. Agama : Islam
8. Jabatan Struktural : -  
Jabatan Akademik : Lektor Kepala
9. Alamat Kantor : FMIPA UNS, Jln. Ir. Sutami No. 36A Kentingan  
Surakarta
10. Keluarga :
  - a. Suami : Drs. H.A. Jazuli
  - b. Anak : Arif Rahman Hakim, SE; MSE  
Inaki Maulida Hakim, ST; sedang S2 di ITB  
semester IV

### **B. Riwayat Pendidikan**

1. Lulus dari SD Negeri Salakan Tahun 1970
2. Lulus dari SMP Negeri Banyudono Tahun 1973
3. Lulus dari SMAN III Surakarta Tahun 1976
4. Lulus dari Sarjana Muda Jurusan Matematika FT UNDIP Tahun 1980
5. Lulus dari Sarjana Jurusan Matematika FT UNDIP Tahun 1983
6. Lulus dari Program Studi Magister Science Matematika & Statistika FMIPA UGM Tahun 2000
7. Mengikuti Program Doktor Ilmu Ekonomi Konsentrasi Ilmu Studi Ekonomi Pembangunan UNDIP sejak Agustus 2007 sampai sekarang

### **C. Riwayat Pekerjaan**

1. Asisten Dosen di UNDIP Tahun 1978 sampai Tahun 1983
2. Asisten Dosen di Unisula Tahun 1979 sampai 1983
3. Dosen Tetap di Unisula Tahun 1983 sampai 1987
4. Dosen Tidak Tetap di Undaris Tahun 1984 sampai Tahun 1996
5. Dosen Tidak Tetap di Undaris Tahun 2007 sampai Tahun 2009
6. Dosen Tetap di Politeknik UNDIP Tahun 1983 ( selama 6 bulan)
7. Dosen Negeri FT UNS Tahun 1986 sampai Tahun 1997
8. Dosen Negeri FMIPA UNS Tahun 1997 sampai sekarang