

**ANALISIS PERMINTAAN WISATAWAN  
NUSANTARA OBJEK WISATA TAMAN  
NASIONAL KARIMUNJAWA  
KABUPATEN JEPARA**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**NOVRANI ANASTHACIA  
NIM. C2B009113**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2014**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Novrani Anasthacia  
Nomor Induk Mahasiswa : C2B 009 113  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Ilmu Ekonomi dan Studi  
Pembangunan  
  
Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN WISATAWAN  
NUSANTARA OBJEK WISATA TAMAN  
NASIONAL KARIMUNJAWA, KABUPATEN  
JEPARA**  
  
Dosen Pembimbing : Evi Yulia Purwanti, SE, M.Si

Semarang, 5 Mei 2013

Dosen Pembimbing,

**Evi Yulia Purwanti, SE, M.Si**  
NIP. 19710725199722001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Novrani Anasthacia  
Nomor Induk Mahasiswa : C2B 009 113  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Ilmu Ekonomi Studi  
Pembangunan  
Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN WISATAWAN  
NUSANTARA OBJEK WISATA TAMAN  
NASIONAL KARIMUNJAWA, KABUPATEN  
JEPARA**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 19 Mei 2014**

Tim Penguji

1. Evi Yulia Purwanti , SE., M.Si ( .....)
2. Arif Pujiyono, SE., M.Si ( .....)
3. Firmansyah, M.Si., PhD (.....)

Mengetahui,  
Pembantu Dekan I

Anis Chariri, SE., M.Com., Ph.D., Akt  
NIP. 19670809 199203 1001

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Novrani Anasthacia, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“ANALISIS PERMINTAAN WISATAWAN NUSANTARA OBJEK WISATA TAMAN NASIONAL KARIMUNJAWA, KABUPATEN JEPARA”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 21 April 2014  
Yang membuat pernyataan,

(Novrani Anasthacia)  
NIM. C2B009113

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### 1 Tesalonika 5: 16-18

“Bersukacitalah senantiasa, tetaplah berdoa, Mengucap Syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di Dalam Kristus bagi kamu.”

“Dimana bumi dipijak disitu langit dijunjung; selesaikan apa yang kau kerjakan dari awal” - **Nasihat Bapak untuk perantau kala itu**

“Mimpi itu diam, maka kamu lah yang mengejar dan menjemputnya untukmu” - **kataku untuk ku**

“Setiap hari punya kesusahannya masing- masing. Dia tidak akan memberikan ujian yang melebihi kekuatan kita” - **Eri Tamba**

### **SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA:**

*Bapa di surga yang selalu menjadi sahabat terbaikku, sumber pengharapanku dan partner terhebat dalam menyelesaikan setiap babak kehidupan.*

*Buat Among, Inong dan saudara-saudara terbaikku , abang, kakak, adek yang sudah mengasihi aku dengan tulus dan tanpa jemu dengan tangan terbuka selalu menerimaku apa adanya aku. .*

*Sahabatku yang selalu meyakinkan bahwa mimpi-mimpi itu selalu ada*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the travel cost, individual income, travel time, distance, age, facilities, community characteristics , and the natural beauty of Karimunjawa sea on quantity of Taman Nasional Laut Karimunjawa attraction and know the economic value of Taman Nasional Laut Karimunjawa as a marine attraction. Karimunjawa National Park have been high tourist potential but is not supported with easy access while beautiful underwater attractions in the island of Java.*

*Sampling method in this study using Slovin formula. This study took a sample of 96 respondents are tourists who visiting Taman Nasional Laut Karimunjawa. Analysis tools used in this study is multiple linear regression with demand as the dependent variable and the nine others as independent variables.*

*The other travel cost and travel time, have a negative influence to demand of Taman Nasional Laut Karimunjawa, while the travel cost of a trip to Karimunjawa, individual income, distance, age, facilities, community characteristics and natural beauty of the Karimunjawa Sea indicate a positive influence on demand of Taman Nasional Laut Karimunjawa. The variable which have a significant effect is the travel cost to Karimunjawa, travel costs to other attractions (P.Kartini), facility, community characteristics, and variable natural beauty karimunjawa Sea, while the variables which have no significant affect are income, travel time, distance, and age on demand.*

*Keywords : demand, travel costs, economic value, attraction of Karimunjawa Marine National Park*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel biaya perjalanan ke objek wisata, variabel objek wisata lain (P.Kartini), variabel pendapatan individu, variabel lama perjalanan, variabel jarak, variabel umur, variabel fasilitas-fasilitas, variabel karakteristik masyarakat, dan variabel keindahan alam Laut Karimunjawa terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa. Taman Nasional Karimunjawa dipilih karena potensi wisata yang tinggi tetapi tidak didukung dengan kemudahan akses menuju objek wisata padahal objek wisata bawah laut indah yang ada di Pulau Jawa.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel rumus Slovin. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 96 responden yaitu wisatawan nusantara yang sedang berkunjung ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan jumlah permintaan sebagai variabel dependen dan sembilan variabel lain sebagai variabel independen.

Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dan lama perjalanan, berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan objek wisata sedangkan variabel biaya perjalanan, pendapatan individu, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat dan keindahan alam Laut Karimunjawa menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan objek wisata. Variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (P.Kartini), fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam Laut Karimunjawa, sedangkan variabel pendapatan, lama perjalanan, jarak, dan umur tidak signifikan mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa.

Kata Kunci : permintaan pengunjung Karimunjawa, biaya perjalanan, nilai ekonomi, objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tertinggi kepada Tuhan Allah yang selalu mencurahkan anugerah dan penyertaannya yang selalu menuntun penulis sehingga skripsi dengan judul **“ANALISIS PERMINTAAN WISATAWAN NUSANTARA OBJEK WISATA TAMAN NASIONAL KARIMUNJAWA, KABUPATEN JEPARA”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dikarenakan adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan yang begitu besar dari:

1. Bapa dan teman terbaik penulis yang tak pernah meninggalkan, yang selalu ada di setiap keadaan apapun, Tuhan Yesus. Allah Bapa terbaik penulis. Teman yang tidak pernah membiarkan penulis melakukan semuanya sendiri
2. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Dr. Hadi Sasana, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Ibu Evi Yulia Purwanti, SE, Msi selaku Dosen Pembimbing atas waktu, perhatian, arahan, dan segala bimbingan kepada penulis selama penulisan skripsi ini. Terima kasih juga atas ilmu yang diberikan kepada saya.



5. Bapak Maruto Umar Basuki, S.E., M.Si dan Bapak Firmansyah, S.E., M.Si selaku dosen wali yang telah memberikan petunjuk dan dorongan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan .
6. Para dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
7. Keluarga Sitohang, Pak Sitohang, Nyonya Sitohang br Sianturi, abang Daniel, dan adik-adik gantengku Vian dan Elon, yang selalu memberi semangat, doa, dan keceriaan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seorang kakak hebat yang selalu memberi inspirasi, sahabat ku (Eri Tambasi dugong) yang selalu memberi doa, memotivasi, candaan dan meyakinkan penulis pada cita-cita lama kepada penulis. Semoga yang terbaik selalu besertamu, Kak.
9. Sahabat yang selalu lama setia memantau dari kejauhan (Meliped, Kisschamber, Ivana) awal dari cita-cita dan mimpi yang ingin diwujudkan
10. Keluarga keduaku di Semarang, NHHBP Kertanegara, yang dengan tangan terbuka menyambut begitu menginjakkan kaki di ranah rantau. Terimakasih untuk semua pembelajaran hidup yang penulis dapatkan. Terimakasih buat anggota Pengurus Batasabu yang tetap jadi satu. Terimakasih buat mantan pengurus BATASABU dan Pengurus NHHBP untuk semua perhatian dan dukungannya.
11. Makasih buat temen 2009 seperjuangan Yohan, Rose, Naldi yang banyak memberikan keceriaan, semangat dan pembelajaran bagi penulis.

12. Teman – teman seperjalanan dan seperjuangan S1 IESP 2009, Rei, Ade, Sari, Ainun, Nesya, Lilis, Lucky,Rani, Retno, Lovie, Cintya, Fuad, Sofyan, Paulus, Barjo, Yoga, Eko, Topik, Ovie, Jabar, Anggi. Bambang dan semua yang tidak dapat disebut satu per satu yang sudah banyak mendukung dan berbagi dengan penulis. Masa kuliah menjadi kenangan yang susah dilupakan dengan kehadiran kalian.
13. Teman-teman yang banyak memberi bantuan baik kendaraan, info, masukan, tenaga dan waktu luang selama pengerjaan tugas ini, Rini Haloho, Nelly, Nova, Ria, Ovi, Ucup, Mas Yadi, Daud, Laily.
14. Teman-teman kosan mulai dari Kosan Singosari, Kontrakan Jatisari, dan Kosan Griya Asri
15. Teman – teman KKN Desa terbaik se Kecamatan Sukerejo, Cening yang saya rindukan (Carol, Fendy, Bayu, Putri, Ali, Hafids, Junita, Siska, Hamida, Adit). Terima kasih untuk segala perhatian dan pengalaman yang kita jalani.
16. Semua responden yang telah mengisi kuesioner penelitian selama di Karimunjawa
17. Pihak – pihak lain yang juga sudah sangat membantu namun tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semarang, 5 Mei 2014

Penulis.

Novrani Anasthacia

NIM. C2B009113

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
1.4 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	15
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	15
2.1.2 Pariwisata dan Permintaan Pariwisata .....	19
2.1.2.1 Pengertian Pariwisata.....	19
2.1.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata.....	21
2.1.2.3 Karakter Industri Pariwisata .....	28
2.1.2.4 Permintaan Pariwisata.....	29
2.1.3 Pendekatan Permintaan Pariwisata .....	37
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	40
2.3 Penelitian Terdahulu .....	43
2.4 Kerangka Pemikiran.....	47
2.5 Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
6.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	51
6.2 Populasi dan Sampel .....	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel.....	55
6.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	56
6.4 Metode Pengumpulan Data .....	57
6.5 Metode Analisis Data .....	58
3.5.1 Analisis Regresi .....	58

3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.5.2.1	Uji Normalitas.....	61
3.5.2.2	Uji Heterokedastitas.....	61
3.5.2.3	Uji Multikolinearitas.....	63
3.5.3	Uji Kriteria Statistik.....	64
3.5.3.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
3.5.3.2	Uji Signifikasi Simultan.....	65
3.5.3.1	Uji Signifikasi Parameter Individual .....	66
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	70
4.1.1	Letak Taman Nasional Laut Karimunjawa .....	70
4.1.2	Objek Wisata Taman Nasional Karimunjawa.....	71
4.2	Karakteristik Responden .....	74
4.2.1	Responden Menurut Umur.....	75
4.2.2	Responden Menurut Jenis Kelamin .....	75
4.2.3	Responden Menurut Asal.....	76
4.2.4	Responden Menurut Status .....	77
4.2.5	Responden Menurut Pendidikan .....	77
4.2.6	Responden Menurut Pekerjaan .....	78
4.2.7	Responden Menurut Kendaraan yang Digunakan.....	78
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	79
4.3.1	Jumlah Permintaan Kunjungan.....	79
4.3.2	Biaya Perjalanan .....	80
4.3.3	Pendapatan Individu .....	81
4.3.4	Lama Perjalanan .....	82
4.3.5	Fasilitas .....	83
4.3.5	Karakteristik Masyarakat.....	84
4.3.5	Keindahan Alam Laut Karimunjawa.....	84
4.4	Analisis Data dan Pembahasan .....	85
4.4.1	Analisis Uji Penyimpangan Klasik .....	85
4.4.1.1	Uji Normalitas .....	85
4.4.1.2	Uji Heterokedastitas .....	87
4.4.1.3	Uji Multikolinearitas .....	88
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	89
4.5	Pengujian Hipotesis.....	91
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	91
4.5.2	Uji Signifikasi Simultan .....	92
4.5.3	Uji Signifikasi Parameter Individual .....	92
4.6	Pengaruh Variabel Independen .....	98
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>108</b>
5.1	Simpulan .....	108
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	109
5.3	Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA .....	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	114

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Devisa Indonesia Tahun 2008-2012..... 2
Tabel 1.2	Data Jumlah Kunjungan dan Pertumbuhan Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Jepara Tahun 2008-2012 ..... 5
Tabel 1.3	Hasil Penjualan Karcis di Objek Wisata Bahari di Kabupaten Jepara Tahun 2008-2011 ..... 6
Tabel 1.4	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa ..... 8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu ..... 45
Tabel 4.1	Responden Menurut Umur ..... 75
Tabel 4.2	Responden Menurut Jenis Kelamin ..... 76
Tabel 4.3	Responden Menurut Asal ..... 76
Tabel 4.4	Responden Menurut Status ..... 77
Tabel 4.5	Responden Menurut Pendidikan ..... 77
Tabel 4.6	Responden Menurut Pekerjaan ..... 78
Tabel 4.7	Responden Menurut Kendaraan yang digunakan ..... 79
Tabel 4.8	Reponden Menurut Jumlah Kunjungan ..... 80
Tabel 4.9	Reponden Menurut Biaya Perjalanan ke Objek Wisata ..... 81
Tabel 4.10	Reponden Menurut Pendapatan ..... 82
Tabel 4.11	Reponden Menurut Lama Perjalanan ..... 82
Tabel 4.12	Pendapat Reponden Menurut Fasilitas-fasilitas ..... 83
Tabel 4.13	Pendapat Reponden Menurut Karakteristik Masyarakat ..... 84
Tabel 4.14	Pendapat Reponden Menurut Keindahan Alam ..... 85
Tabel 4.15	Pengujian Normalitas Residual dengan K-S ..... 87
Tabel 4.16	Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser ..... 88
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinieritas ..... 89
Tabel 4.18	Hasil Estimasi Linier Berganda ..... 90

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	16
Gambar 2.2 Kurva Permintaan Veblen .....	37
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Peta Administratif Kecamatan Karimunjawa.....	71
Gambar 4.2 Uji Normalitas .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Ijin Penelitian .....	115
Lampiran B Kuesioner .....	116
Lampiran C Data Mentah Pengunjung .....	121
Lampiran D Biaya Perjalanan Pengunjung .....	124
Lampiran E Hasil Analisis Regresi .....	132
Lampiran F Uji Kolmogorov-Smirnov.....	136
Lampiran G Glejser .....	137



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan modal dasar dalam pembangunan. Dengan keberagaman sumberdaya alam yang dimiliki Indonesia, seperti potensi alam, flora, fauna, dan keindahan alam yang bentuknya berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Daya tarik ini mendorong pemerintah untuk mendirikan industri sektor pariwisata (Mateka dkk, 2013)

Pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan potensial dan prioritas bagi pengembangan bagi sejumlah negara, terlebih negara berkembang seperti Indonesia. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada mendapat pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata. Mata rantai yang kegiatan yang terkait dengan sektor pariwisata tersebut mampu menghasilkan devisa karena pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi,

**Tabel 1.1**  
**Devisa Indonesia Tahun 2008-2012 (juta US \$)**

NO	Jenis Komoditi	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%
1	Minyak & Gas Bumi	29.126,30	35.76	19.018,30	30.38	28.039,60	32.11	41.477,10	35.78	38.713,20	36.91
2	Minyak Kelapa Sawit	12.375,57	15.19	10.367,62	16.56	13.468,97	15.42	17.261,30	14.89	18.350,49	17.49
3	Karet Olahan	7.579,66	9.31	4.870,68	7.78	9.314,97	10.67	14.258,20	12.30	9.543,01	9.10
<b>4</b>	<b>Pariwisata</b>	<b>7.347,60</b>	<b>9.02</b>	<b>6.297,99</b>	<b>10.06</b>	<b>7.603,45</b>	<b>8.71</b>	<b>8.554,40</b>	<b>7.38</b>	<b>8.885,74</b>	<b>8.47</b>
5	Pakaian Jadi	6.092,06	7.48	5.735,60	9.16	6.598,11	7.56	7.801,50	6.73	7.260,08	6.92
6	Alat Listrik	5.253,74	6.45	4.580,18	7.32	6.337,50	7.26	7.364,30	6.35	6.682,37	6.37
7	Tekstil	4.127,97	5.07	3.602,78	5.76	4.721,77	5.41	5.563,30	4.80	5.084,86	4.85
8	Kertas dan Barang dari Kertas	3.796,91	4.66	3.045,01	4.86	4.241,79	4.86	4.214,40	3.64	3.946,36	3.76
9	Bahan Kimia	2.754,30	3.38	2.115,41	3.38	3.381,85	3.87	4.630,00	3.99	3.326,66	3.17
10	Makanan Olahan	2.997,17	3.68	2.960,73	4.73	3.620,86	4.15	4.802,10	4.14	3.103,45	2.96
	<b>TOTAL</b>	<b>81.451,28</b>	<b>100</b>	<b>62.594,30</b>	<b>100</b>	<b>87.328,87</b>	<b>100</b>	<b>115.926,60</b>	<b>100</b>	<b>104.896,22</b>	<b>100</b>

*Sumber: Kementerian Pariwisata dan Kebudayaan Indonesia, data ,diolah*

berbelanja, bisnis, dan lain-lain. Meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Wiyasa, 1997).

Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan devisa Negara Indonesia tahun 2008-2012. Sektor pariwisata menjadi sektor strategis dalam sistem perekonomian nasional yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pendapatan negara dari sektor jasa. Kegiatan pariwisata sebagai penghasil devisa negara dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung rata-rata mengalami peningkatan setiap tahun. Terjadi peningkatan dalam penerimaan total devisa pada sektor pariwisata dari 9,02 persen di tahun 2008 meningkat menjadi 10,06 persen pada tahun 2009. Kemudian mengalami penurunan pada tahun yang berikutnya di tahun 2010 menurun menjadi sebesar 8,71 persen, tahun 2011 dalam penerimaan dari total devisa kembali mengalami penurunan di tahun menjadi sebesar 7,38 persen. Pada tahun 2012 devisa yang diperoleh oleh sector pariwisata kembali naik menjadi 8,47 persen. Besarnya kontribusi devisa dari sektor pariwisata dipengaruhi oleh kontribusi sektor-sektor lain yang sama-sama mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Sebagai sektor strategis nasional, pariwisata mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktifitas pariwisata baik yang sifatnya langsung berupa penyerapan tenaga kerja di sektor pariwisata. Adanya pariwisata menimbulkan usaha-usaha ekonomi baik langsung maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti penginapan, rumah makan, jasa penukaran uang dan lain-lain sehingga meningkatkan

pendapatan masyarakat. Kondisi ini dapat ditemui pada hampir semua daerah yang memiliki potensi wisata yang seperti Bali dengan potensi pantai Kuta dan pertunjukan seni tari dan budaya, Yogyakarta dan Solo dengan kebudayaan Jawa dan batik yang telah menjadi ciri khas daerah tersebut, Tanah Toraja di Sulawesi dengan kebudayaannya yang terkenal mistis di kalangan masyarakat umum, dan Jepara dengan wisata bahari yang semakin banyak diminati yaitu Taman Nasional Karimunjawa.

Kabupaten Jepara merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang terletak di bagian utara pulau Jawa. Kabupaten Jepara memiliki sumber-sumber potensial yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan penduduknya. Salah satu sumber potensial itu adalah objek wisata bahari dan satu di antaranya Taman Nasional Karimunjawa. Selain Taman Nasional Karimunjawa masih ada beberapa objek wisata lain yang menarik di Kabupaten Jepara, seperti Pantai Samudra Tirta, Pantai Kartini, Benteng Portugis, Pulau Panjang, Museum Kartini, dan lain-lain. Objek wisata Kepulauan Karimunjawa yang berada di utara Laut Jawa merupakan salah satu omset pemerintah Jawa Tengah. Hal itu tidak bisa dipungkiri lagi karena nama “Karimunjawa” tercantum pada website Visit Jateng 2013 dan menjadi salah satu destinasi objek wisata yang banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun asing karena keindahan bawah lautnya.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Kunjungan dan Pertumbuhan Pengunjung Objek Wisata di**  
**Kabupaten Jepara Tahun (2008-2012)**

Jumlah Pengunjung dan Pertumbuhan Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Jepara (orang)								
Tahun	Pantai Kartini	*G (%)	Pantai Tirta Samudara	*G (%)	Pulau Panjang	*G (%)	Taman Nasional Laut Karimunjawa	*G (%)
2008	211.970	-	110.924	-	11.289	-	9.986	-
2009	233.686	10,2	203.637	83,6	10.529	-6,7	13.691	37,1
2010	68.058	-70,9	48.309	-76,3	6.802	-35,4	16.637	21,5
2011	198.901	192,3	146.040	202,3	7.973	17,2	39.224	135,8
2012	214.467	7,8	219.275	50,1	11.811	48,1	58.638	49,5
Jumlah	927.082		728.185		48.404		138.176	

*\*G adalah Pertumbuhan (%)*

*Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara, data diolah*

Tabel 1.2 jumlah kunjungan wisatawan terbesar ada pada obyek wisata Pantai Kartini yaitu sebesar 927.082 wisatawan. Obyek Wisata Pantai Tirta Samudra dikunjungi sebesar 728.185 wisatawan. Pengunjung objek wisata laut selanjutnya yang banyak menarik pengunjung adalah objek wisata Taman Nasional Karimun Jawa sebesar 138.176 wisatawan. Objek wisata Pulau Panjang dikunjungi sebesar 48.404 wisatawan dalam waktu kurun lima tahun terakhir.

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Obyek Wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa merupakan salah satu obyek wisata di Kabupaten Jepara yang potensial karena diminati oleh para wisatawan terlihat dari masuknya obyek wisata ini ke dalam 3 urutan obyek wisata laut dengan jumlah pengunjung terbanyak sesuai data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dari Tahun 2008-2012.

Data berikut merupakan beragam objek wisata yang ada di Kabupaten Jepara, terdapat empat objek wisata bahari yang dikelola oleh Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Jepara. 1.683.053.000

**Tabel 1.3**  
**Hasil Penjualan Karcis di Objek Wisata Bahari di Kabupaten Jepara**  
**Tahun (2009-2012)**

Nama Objek Wisata	Tahun							
	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%
Pantai Kartini	335.519.000	59,6	346.187.500	52,6	744.834.000	51,5	757.361.000	45
Pantai Tirta Samudra	196.028.500	35,8	261.677.000	39,8	646.143.500	44,7	865.938.000	51,4
<b>Taman Nasional Karimun Jawa</b>	<b>22.510.000</b>	<b>3,8</b>	<b>39.963.000</b>	<b>6</b>	<b>41.000.000</b>	<b>2,8</b>	<b>43.454.000</b>	<b>2,6</b>
Pulau Panjang	10.503.000	1,8	10.503.000	1,6	12.891.000	0,9	16.300.000	1
<b>TOTAL</b>	<b>563.084.500</b>		<b>658.330.500</b>		<b>1.444.868.500</b>		<b>1.683.053.000</b>	

*Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara, data diolah*

Tabel 1.3 menunjukkan kawasan Pantai Kartini merupakan objek wisata bahari yang paling banyak memberikan kontribusi karcis/tiket masuk. Pantai Kartini merupakan bukti sejarah yang tidak lepas dari kehidupan tokoh emansipasi wanita R.A Kartini yang letaknya 2,5 kilometer dari pendopo kantor Bupati Jepara. Pantai Kartini memiliki pantai yang bersih, tenang dan terumbu karang yang cantik dan wisatawan dapat mengunjungi aquarium raksasa, Kurukura *Ocean Park*. Pantai Kartini juga merupakan pintu masuk transportasi penyebrangan laut menuju Taman Nasional Karimunjawa dan Pulau Panjang dengan menggunakan kapal ferry dan kapal penumpang.

Objek wisata Pantai Samudra Tirta atau yang lebih dikenal masyarakat dengan nama Pantai Bandengan memberi kontribusi penjualan karcis terbesar kedua. Terletak sekitar 7 kilometer dari pusat kota Jepara sehingga mudah diakses oleh wisatawan. Pantai Samudra Tirta merupakan tujuan wisata yang menarik baik bagi kaum muda maupun keluarga untuk wisata karena berombak tenang, pasir yang lembut dan wahana permainan air yang cukup lengkap.

Kecenderungan perkembangan dunia pariwisata mulai meninggalkan konsep pariwisata masal dan mengarah pada konsep pariwisata lingkungan (*ecotourism*), di mana keaslian potensi kekayaan alam dan peran serta masyarakat setempat dibutuhkan. Taman Nasional Karimunjawa merupakan salah satu tujuan objek wisata utama di Provinsi Jawa Tengah yang terletak di Kabupaten Jepara, diprioritaskan untuk pengembangan wisata serta menunjang aktivitas pendidikan, penelitian dan budidaya. Kepulauan Karimunjawa memiliki ekosistem yang masih asli dan keanekaragaman hayati yang tinggi sehingga harus dipertahankan sebagai aset nasional dan daerah. Awalnya kawasan Karimunjawa ditetapkan sebagai Cagar Alam Laut Karimunjawa. Sehubungan dengan tingginya tingkat kepentingan berbagai sektor maka dilakukan perubahan fungsi dari Cagar Alam menjadi Taman Nasional Karimunjawa.

Objek wisata Taman Nasional Karimunjawa merupakan salah satu dari 9 Taman Laut Nasional di Indonesia berada di kepulauan Karimunjawa terletak pada kabupaten Jepara yang berjarak kurang lebih 45mil laut dari kota Jepara dan kurang lebih 60 mil dari kota Semarang ibukota Jawa Tengah. Karimunjawa mungkin tak sepopuler Bali, Lombok, atau Bunaken. Namun, keindahan alam laut kepulauan ini tak kalah luar biasa. Aktivitas ekonomi di Taman Nasional Laut Karimunjawa adalah kegiatan ekowisata dengan mengandalkan daya tarik wisata bahari berupa keindahan pemandangan bawah laut. Taman Nasional Krimunjawa terdiri dari 27 pulau. Dari keseluruhan pulau-pulau tersebut terdapat hanya empat pulau yang dihuni, mengingat fungsi taman tersebut sebagai Taman Nasional.

Bila ditelusuri dan dikaji dari beberapa faktor seperti faktor transportasi, Obyek Wisata Taman Nasional Karimunjawa memiliki akses transportasi yang masih minim, hanya melalui penyeberangan kapal dengan jadwal keberangkatan kapal pada hari-hari tertentu bila dibandingkan dengan akses ke objek wisata lainnya seperti Pantai Kartini dan Pantai Tirta Samudra yang dapat langsung diakses melalui jalur transportasi darat. Namun walaupun memiliki akses transportasi terbatas, jumlah wisatawan baik wisatawan nusantara dan mancanegara selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tabel 1.4 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara dari tahun 2008-2012.

**Tabel 1.4**  
**Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa Tahun (2008-2012)**

Tahun	Wisatawan		Jumlah	Pertumbuhan (%)
	Wisnus	Wisman		
2008	7.837	2.149	9.986	-
2009	13.691	-	13.691	37,1
2010	15.070	1.567	16.637	21,5
2011	37.208	2.016	39.224	135,8
2012	53.633	5.005	58.638	49,5
<b>Jumlah</b>	127.439	10.737	138.176	-

*Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara (2008-2012)*

Adapun jumlah pengunjung Obyek Wisata Taman Nasional Karimunjawa berdasarkan asal pengunjung dari Tahun 2008 – 2012 ditunjukkan pada Tabel 1.4. Berdasarkan Tabel 1.4 terlihat bahwa kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun semakin meningkat, tetapi dengan presentase pertumbuhan yang meningkat cukup besar dari tahun 2008 hingga 2012. Peningkatan paling tinggi dapat terlihat pada tahun 2011 dimana pertumbuhan peningkatan pengunjung mencapai 135,8% sebesar 39.224 dibandingkan dengan tahun sebelum di tahun 2010 terdapat 16.637



pengunjung. Pada tabel 1.4 dapat terlihat bahwa wisatawan nusantara lebih banyak mendominasi kunjungan yaitu sebesar 127.439 pengunjung sedangkan wisatawan mancanegara sebesar 10.737.

Daya tarik bagi pengunjung pada objek wisata Taman Nasional Karimunjawa yaitu banyaknya jenis aktivitas wisata yang dapat dilakukan, seperti yang dikemukakan oleh Pusat Informasi Pariwisata Jepara (2011), terbagi dalam dua kawasan wisata, yaitu kawasan darat dan kawasan laut. Potensi wisata darat yang dilakukan pengunjung di kawasan darat adalah *hiking*, *camping*, *canoing*, berjemur, atraksi penyu bertelur, menelusuri hutan hujan tropis dataran rendah dan mangrove yang memungkinkan untuk dikembangkan menjadi objek penelitian wisata alam dan pusat penelitian. Atraksi wisata budaya Karimunjawa meliputi kesenian rakyat (reog barong, pencak silat yang diiringi gamelan), acara tradisional (perkawinan suku Bugis, upacara peluncuran perahu, menembak ikan), mengunjungi Makam Sunan Nyamplungan, Makam Syaid Kembang, Makam Syaid Abdullah dan Sumur Wali. Kegiatan yang bisa dilakukan di laut adalah *diving*, berenang, *snorkeling* (selam permukaan), memancing, dan berenang dengan hiu.

Terdapat beberapa penelitian yang sama dengan penelitian ini seperti dilakukan oleh Samsudin (2012) dimana meneliti variabel-variabel, meliputi biaya perjalanan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan, jumlah biaya yang dikeluarkan pada objek wisata lain, pendapatan, jarak, umur dan daya beli.

Penelitian lain yang dilakukan Siallagan dan Evi Yulia (2011), menganalisis permintaan wisatawan nusantara objek wisata Batu Kursi Siallagan menggunakan variabel-variabel yang meliputi biaya perjalanan ke objek wisata Batu Kursi Siallagan, biaya perjalanan ke objek wisata lain (kawasan Tomok), pendapatan individu, lama perjalanan, waktu luang, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam Danau Toba.

Atas penelitian yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini akan meneliti variabel-variabel yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan wisatawan nusantara pada objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa yang berada di Kecamatan Karimunjawa, Kabupaten Jepara. Variabel-variabel yang akan diteliti adalah, biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan Laut Karimunjawa.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa Kabupaten Jepara memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Potensi besar objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa dapat dilihat seperti keindahan dan kekayaan panorama alam, wisata alam yang eksotik, dan wisata budaya memiliki daya tarik tersendiri. Namun, apabila dibandingkan dengan beberapa objek wisata bahari di Kabupaten Jepara, Taman Nasional Laut Karimunjawa merupakan objek wisata memiliki waktu tempuh yang cukup lama.

Akses transportasi yang terbatas, di mana penyebrangan hanya ada pada hari yang tertentu dan juga memperhatikan cuaca dan gelombang laut untuk melakukan penyeberangan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa. Jarak yang jauh dari pusat kota dan akses yang terbatas juga membutuhkan biaya dan waktu perjalanan yang cukup besar, tetapi bila dilihat dari data jumlah pengunjung objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa mengalami peningkatan setiap tahun. Jumlah pengunjung yang datang masih lebih sedikit dibandingkan dengan objek wisata yang ada di Kabupaten Jepara, padahal Karimunjawa mempunyai potensi wisata yang besar dengan berbagai objek wisata yang dapat dikunjungi.

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

1. Apakah biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan Laut Karimunjawa mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa?
2. Berapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan Laut Karimunjawa terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, Kabupaten Jepara?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan Laut Karimunjawa berpengaruh terhadap jumlah permintaan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, Kabupaten Jepara.
2. Untuk menganalisis besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan Laut Karimunjawa terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, Kabupaten Jepara.

#### **i. Kegunaan penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Secara akademik sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi pengelola objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa dalam melakukan pengembangan objek wisata.

3. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah daerah Kabupaten Jepara antara lain Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Jepara, dan pihak pengelola Balai Taman Nasional Laut Karimunjawa maupun pihak yang terkait dalam melakukan kebijakan pengembangan pariwisata.
4. Sebagai bahan referensi penelitian yang serupa

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

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

##### **Bab I Pendahuluan**

Pada bagian pendahuluan dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

##### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Dalam bagian ini akan diuraikan mengenai telaah pustaka dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang digunakan

##### **Bab III Metode Penelitian**

Pada bagian ini dikemukakan mengenai metode penelitian yang meliputi variabel penelitian dan defenisi operasional, populasi dan sampel, analisis jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

#### Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dibahas secara rinci analisis data-data yang digunakan dalam penelitian meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan

#### Bab V Penutup

Pada bagian kesimpulan dan saran ini dikemukakan kesimpulan penelitian dan saran atas dasar penelitian.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

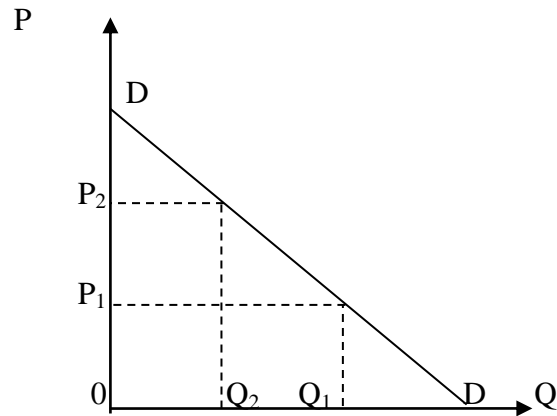
#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Permintaan**

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu bagian hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu (Nopirin, 2000). Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*) (Gilarso, 2001). Menurut McEachern (2000) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai kombinasi penggunaan sumber daya tersebut.

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

**Gambar 2.1**  
**Kurva Permintaan**



*sumber : Samuelson dan Nordhaus 1998*

Kurva permintaan (DD) dapat digambarkan seperti yang terlihat pada gambar 2.1 terbentuk dari kombinasi harga (P) yang diukur dari sumbu vertikal (Y) dan jumlah barang yang diminta (Q) diukur dengan sumbu horizontal (X). Kurva menunjukkan ketika harga sebesar  $P_1$  dengan jumlah barang sebesar  $Q_1$ , kemudian harga berubah naik menjadi  $P_2$  maka Q akan berubah/turun menjadi  $Q_2$ , hal ini sesuai dengan hukum permintaan, P dan Q berhubungan negatif atau berlawanan. Gejala ini disebut hukum permintaan.

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Maka dapat disusun fungsi permintaan umum, sebagai berikut:

$$Q_D = f ( P, Y, S, D ) \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan :

$Q_D$  = jumlah barang yang diminta



$P_Q$  = harga barang itu sendiri

$P_{S,i}$  = harga barang substitusi ( $i = 1, 2, \dots, n$ )

$Y$  = pendapatan

$S$  = selera

$D$  = jumlah penduduk

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan selain harga barang itu sendiri menurut Sukirno (2005) adalah sebagai berikut :

#### 1. Harga barang-barang lain

Kenaikan harga barang lain itu memperbesar atau justru memperkecil permintaan masyarakat akan suatu barang tersebut, itu tergantung apakah barang lain itu ada keterkaitan dengan barang tersebut, yaitu:

##### a. Barang pengganti

Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya apabila harga barang pengganti lebih murah maka jumlah permintaan terhadap barang yang digantikan akan mengalami penurunan.

##### b. Barang pelengkap

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

c. Barang lepas

Apabila dua jenis barang tidak ada hubungan atau pengaruh timbal balik, maka perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lain.

2. Pendapatan

Pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. Perubahan pendapatan akan menimbulkan permintaan berbagai jenis barang antara lain sebagai berikut:

a. Barang inferior

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

b. Barang esensial

Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan sehari-hari seperti kebutuhan pokok dan pakaian. Jumlah permintaan pada barang ini cenderung tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

c. Barang normal

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

d. Barang mewah

Barang mewah merupakan barang yang banyak dikonsumsi oleh konsumen dengan tingkat pendapatan yang relatif tinggi seperti perhiasan, kendaraan mewah, perabot rumah mewah.

3. Faktor-faktor lain

- a. Distribusi pendapatan : pendapatan masyarakat yang tertentu akan menimbulkan permintaan yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah distribusinya.
- b. Ekspektasi mengenai keadaan masa depan : perubahan-perubahan yang mendadak dalam permintaan masyarakat pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan.
- c. Jumlah penduduk : penambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan penambahan permintaan tetapi diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja.

## **2.1.2 Pariwisata dan Permintaan Pariwisata**

### **2.1.2.1 Pengertian Pariwisata**

Menurut peninjauan secara etimologis, istilah pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi, pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang atau (Musaneff, 1996). Pengertian pariwisata dalam perkembangannya mengalami sebuah proses pergeseran definisi dari konvensional sampai definisi

modern yang saat ini sering dipakai secara konvensional adalah perjalanan yang dilakukan yang tidak dikaitkan dengan maksud-maksud lain kecuali hanya untuk mengisi waktu-waktu luang masa liburan.

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

Lundberg (1995) mengatakan pariwisata sebagai sebuah konsep dapat dilihat dari perspektif yang berbeda. Pariwisata adalah kegiatan di mana orang terlibat dalam perjalanan jauh dari rumah terutama untuk bisnis atau kesenangan. Pariwisata adalah bisnis menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan dan melibatkan setiap pengeluaran yang dikeluarkan oleh atau untuk pengunjung untuk perjalanannya.

### 2.1.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Jenis-jenis pariwisata menurut Spillane (1987) berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu:

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

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi kehendak ingin-tahunya, mengendorkan ketegangan syaraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, mengetahui hikayat rakyat setempat, mendapatkan ketenangan.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan untuk pemanfaatan hari-hari libur untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, dan menyegarkan diri dari keletihan dan kelelahannya. Dapat dilakukan pada tempat yang menjamin tujuan-tujuan rekreasi yang menawarkan kenikmatan yang diperlukan seperti tepi pantai, pegunungan, pusat-pusat peristirahatan dan pusat-pusat kesehatan.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-ist iadat, kelembagaan, dan cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian dan keagamaan, festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

#### 4. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Pariwisata ini dapat dibagi lagi menjadi dua kategori:

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

#### 5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli teori, perjalanan pariwisata ini adalah bentuk profesional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada seseorang untuk memilih tujuan maupun waktu perjalanan.

#### 6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Pariwisata ini banyak diminati oleh negara-negara karena ketika diadakan suatu konvensi atau pertemuan maka akan banyak peserta yang hadir untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu dinegara yang mengadakan konvensi yang mencakup pertemuan-pertemuan ilmiah, pertemuan bisnis, dan bahkan pertemuan politik. Negara yang sering mengadakan konvensi akan mendirikan bangunan-bangunan yang menunjang diadakannya pariwisata konvensi.

MacIntosh (1972) mengemukakan empat hal mengapa orang melakukan perjalanan wisata, yaitu:

1. Motivasi fisik

Orang-orang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mengembalikan keadaan fisik yang sudah lelah karena bekerja, perlu beristirahat dan bersantai, melakukan kegiatan olahraga, agar kembali semangat ketika masuk kerja.

2. Motivasi kultural

Orang-orang tergerak hatinya untuk melakukan perjalanan wisata disebabkan ingin melihat dan menyaksikan tingkat kemajuan budaya suatu bangsa, baik kebudayaan dimasa lalu maupun apa yang sudah dicapai sekarang, adat-istiadat, kebiasaan hidup (the way of life) suatu bangsa atau daerah yang berbeda.

3. Motivasi personal

Orang-orang ingin melakukan perjalanan wisata karena ada keinginan untuk mengunjungi sanak keluarga atau teman yang sudah lama tidak bertemu.

4. Motivasi status dan prestise

Ada orang-orang tertentu yang beranggapan dengan melakukan perjalanan wisata dapat meningkatkan status dan prestise keluarga, menunjukkan mereka memiliki kemampuan dibandingkan dengan orang lain.

Menurut Spillane (1987) terdapat lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu :

### 1. Daya Tarik (*Attractions*)

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

### 2. Fasilitas-fasilitas yang diperlukan (*Facilities*)

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik disuatu lokasi karena fasilitas harus terletak dengan pasarnya. Selama tinggal ditempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan pendukung industri seperti toko souvenir, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi.

### 3. Infrastruktur (*Infrastructure*)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur perlu untuk mendorong perkembangan pariwisata. Infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun masyarakat yang juga tinggal didaerah wisata, maka penduduk akan mendapatkan keuntungan.

### 4. Transportasi (*Transportations*)

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



perjalanan wisata. Transportasi baik darat, udara maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.

#### 5. Keramahtamahan (*Hospitality*)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan didatangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

Ada berbagai macam bentuk perjalanan wisata menurut Suwanto (2004)

bila ditinjau dari berbagai macam segi, yaitu:

1. Dan segi jumlahnya wisata dibedakan atas:
  - a. Wisatawan perseorangan yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau pasangan suami istri.
  - b. Wisata keluarga yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan.
  - c. Wisata rombongan yaitu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dan dipimpin oleh seseorang.
2. Dari segi kepengaturannya wisata dibedakan atas:
  - a. Wisata berencana yaitu suatu perjalanan wisata yang telah diatur pada jauh hari sebelumnya.

- b. Wisata paket atau paket wisata yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan.
  - c. Wisata terpinin yaitu paket perjalanan ekskursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata.
  - d. Wisata khusus yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan wisatawan atau lebih sesuai dengan kepentingan wisatawan.
  - e. Wisata tambahan yaitu suatu perjalanan wisata tambahan diluar pengaturan yang telah disusun atas permintaan pelanggan.
3. Dari segi maksud dan tujuannya wisata dibedakan atas:
- a. Wisata liburan yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang senang dan menghibur diri.
  - b. Wisata pengenalan yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaan.
  - c. wisata pendidikan yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjungi.
  - d. Wisata pengetahuan yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.

- e. Wisata keagamaan yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan.
  - f. Wisata program khusus yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
  - g. Wisata perburuan yaitu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan sebagai hiburan.
4. Dan segi penyelenggaraannya wisata dibedakan atas:
- a. Ekskursi yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek.
  - b. *Safari tour* yaitu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan khusus yang tujuan maupun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya.
  - c. *Cruise tour* yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek wisata bahari dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar.
  - d. Wisata remaja yaitu kunjungan wisata yang khusus diperuntukkan bagi para remaja menurut umur yang ditetapkan.
  - e. Wisata bahari yaitu suatu kunjungan ke objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreck-diving* (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.

### **2.1.2.3 Karakter Industri Pariwisata**

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

1. Produk wisata tidak dapat dipindahkan. Orang tidak dapat membawa produk wisata pada konsumen, tetapi konsumen itu sendiri harus mengunjungi, mengalami dan datang untuk menikmati produk wisata itu.
2. Dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama. Tanpa konsumen yang sedang mempergunakan, jasa-jasa itu tidak akan terjadi produksi.
3. Sebagai suatu jasa, maka pariwisata memiliki berbagai ragam bentuk. Oleh karena itu, dalam bidang pariwisata tidak ada standar ukuran yang objektif, sebagaimana produk lain yang nyata.
4. Langgan tidak dapat mencicipi produk itu sebelumnya bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya. Yang dapat dilihat hanya brosur-brosur, gambar-gambar.
5. Dari segi usaha, produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko besar. Industri wisata memerlukan penanaman modal yang besar, sedang permintaan sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat atau kesenangan wisatawan dan sebagainya. Perubahan-perubahan tersebut dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal usaha kepariwisataan karena bisa mengakibatkan kemunduran usaha yang

deras, sedangkan sifat produksi itu relatif lambat untuk menyesuaikan keadaan pasar.

#### **2.1.2.4 Permintaan Pariwisata**

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja (Mulyana, 2009). Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian, perorangan (individu), Usaha Kecil Menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah (Sinclair dan Stabler, 1997). Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya bagi wisatawan. Dalam ilmu ekonomi kebutuhan-kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti udara segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal itu tidak berlaku dalam industri pariwisata, justru barang-barang yang termasuk *free goods* ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan (Yoeti, 2008)

Fasilitas dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda-beda pula. Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata diperlukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang daerah tujuan wisata,

hotel tempat untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa (Yoeti, 2008).

Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya membutuhkan *A single services* tetapi, juga membutuhkan kombinasi dari bermacam-macam pelayanan yang ditawarkan dalam suatu paket wisata yang dalam ilmu ekonomi pariwisata sebagai *A Assortment of Services*. Karena itu permintaan dapat dibagi menjadi enam kelompok yang saling melengkapi menurut G.A.Schmoll (Yoeti, 2008)

1. *Travel preparations*, sebelum membeli paket wisata kita terlebih dahulu memerlukan informasi, saran-saran, pemesanan, tiket dan vouchers, *money exchanges*, pakaian selama perjalanan dan alat lain yang dibutuhkan.
2. *Movement*, dalam perjalanan wisatawan memerlukan transportasi menuju dan dari objek wisata, *sightseeing and tours, safaries, act at the tourist destination*.
3. *Accommodation and catering*, setibanya pada suatu daerah tujuan wisata wisatawan akan memerlukan kamar hotel and motel, area kemping dan restoran, bar dan cafe.
4. *Activities at the destination*, didaerah tujuan wisata wisatawan memerlukan *entertainment, sports sightseeing*, berbelanja, mengunjungi museum.
5. *Purchases and personal needs*, sebagai kenang-kenang pada suatu daerah tujuan wisata wisatawan akan membeli bermacam-macam oleh-ole dalam

bentuk barang-barang pribadi, pakaian, *medical care*, *souvenirs* dan lain-lain.

6. *Recording an preserving impressions*, untuk keperluan dokumen perjalanan wisatawan memerlukan *purchases of film*, kamera, *photos or studio shooting* dan lain-lain.

Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu (Yoeti, 2008).

Menurut Sinclair dan Stabler (1997) fungsi permintaan dari pariwisata pada suatu periode waktu tertentu adalah :

$$D_{ij} = f (Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV) \dots \dots \dots (2.2)$$

Keterangan:

- $D_{ij}$  = permintaan pariwisata dengan daerah asal i untuk daerah tujuan j  
 $Y_i$  = pendapatan asli dari daerah i  
 $P_{ij/k}$  = harga relatif antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k  
 $E_{ij/k}$  = nilai tukar antara daerah i dan daerah tujuan j dengan daerah tujuan k  
 $T_{ij/k}$  = biaya transportasi antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

DV = variabel dummy untuk memperhitungkan hal-hal yang bersifat seperti acara olahraga atau gejolak politik.

Berbeda dengan permintaan terhadap barang dan jasa pada umumnya, permintaan industri pariwisata memiliki karakter sendiri, beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata menurut Yoeti (2008):

1. Sangat dipengaruhi oleh musim
2. Terpusat pada tempat-tempat tertentu
3. Tergantung pada besar kecilnya pendapatan
4. Bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah
5. Tergantung tersedianya waktu senggang
6. Tergantung teknologi transportasi
7. Jumlah orang dalam keluarga
8. Aksesibilitas

Menurut Yoeti (2008) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata antara lain sebagai berikut:

1. *General Demand Factors*

Secara umum permintaan terhadap barang dan jasa industri pariwisata tergantung pada hal-hal sebagai berikut:

- a. *Purchasing power*

Kekuatan untuk membeli banyak ditentukan oleh *disposable income* yang erat kaitannya dengan tingkat hidup (*standard of living*) dan intensitas perjalanan (*travel intensity*) yang dilakukan. Semakin besar



pendapatan yang bebas digunakan akan semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan.

*b. Demographic structure and trends*

Besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata. Negara yang memiliki penduduk banyak tetapi pendapatan perkapitanya kecil akan memiliki kesempatan kecil untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor lain adalah struktur usia penduduk. Penduduk yang masih muda dengan pendapatan rata-rata relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya dibanding dengan penduduk yang berusia pensiun.

*c. Sosial and cultural factors*

Industrialisasi tidak hanya menghasilkan struktur pendapatan masyarakat relatif tinggi, juga meningkatkan pemerataan pendapatan dalam masyarakat sehingga memungkinkan memiliki kesempatan melakukan perjalanan wisata untuk menghilangkan kejenuhan bekerja, menghilangkan stres, sehingga melakukan rekreasi sudah merupakan keharusan.

*d. Travel motivations and attitudes*

Motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungan dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya. Masih eratnya hubungan kekeluargaan masyarakat dan sering melakukan saling berkunjung membuat perjalanan akan sering dilakukan dan tentunya akan meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.

e. *Opportunities to travel and tourism marketing intensity*

Adanya insentif untuk melakukan perjalanan wisata akan meningkatkan perjalanan wisata ke seluruh dunia seperti *meeting, incentive, convention and exhibition* (MICE). Kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata tidak hanya karena biaya perjalanan ditanggung perusahaan, juga memberi kesempatan kepada keluarga ikut melakukan perjalanan wisata, anak dan istri mendampingi suami dalam berpartisipasi dalam suatu konferensi tertentu

2. *Factors Determining Specific Demand*

Faktor-faktor yang akan mempengaruhi permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

a. Harga

Pada kebanyakan industri jasa harga biasanya menjadi masalah kedua karena yang terpenting adalah kualitas yang harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Dalam kepariwisataan sudah biasa dilakukan *price differentiation* secara umum sebagai suatu strategi dalam pemasaran. Sebagai contoh misalnya sedikitnya dijumpai 15 tarif perjalanan *round trip* yang disusun oleh *International Air Transportation Association* (IATA) berdasarkan musim, rata-rata lamanya tinggal, umur penumpang, dan pelayanan ditempat tujuan.

b. Daya tarik wisata

Keputusan untuk melakukan perjalanan lebih banyak menyangkut pemilihan daerah tujuan wisata. Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah yang akan dikunjungi.

c. Kemudahan berkunjung

Aksesibilitas ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan, wisatawan menginginkan tersedianya macam-macam transportasi yang dapat digunakan dengan harga yang bervariasi. Karena biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan. Tersedianya prasarana yang memadai akan menjadi pilihan seperti bandara yang nyaman dan bersih, jalan yang tidak berlubang-lubang menuju obyek wisata, tersedianya tenaga listrik dan air bersih.

d. Informasi dan layanan sebelum kunjungan

Wisatawan biasanya memerlukan pre-travel service di daerah tujuan wisata yang mereka kunjungi dan tersedia tourist information service yang dapat menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang digunakan, waktu perjalanan dan keperluan yang dibutuhkan.

e. Citra

Wisatawan memiliki kesan dan impian tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Citra dari daerah tujuan wisata akan mempengaruhi permintaan wisata daerah tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan menurut Lunberg (2007) “Hukum” penawaran dan permintaan menunjukkan bahwa hubungan antara penawaran dan permintaan tidak dapat diubah. Perubahan pada yang satu menunjukkan perubahan pada yang lain. Dalam beberapa hal tidak diragukan lagi adalah benar, akan tetapi ada kekuatan lain seperti periklanan, keahlian memasarkan dan memotivasi manusia, dengan segala kerumitan dan jalinannya, memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap apa yang ditawarkan dan apa yang diminta orang.

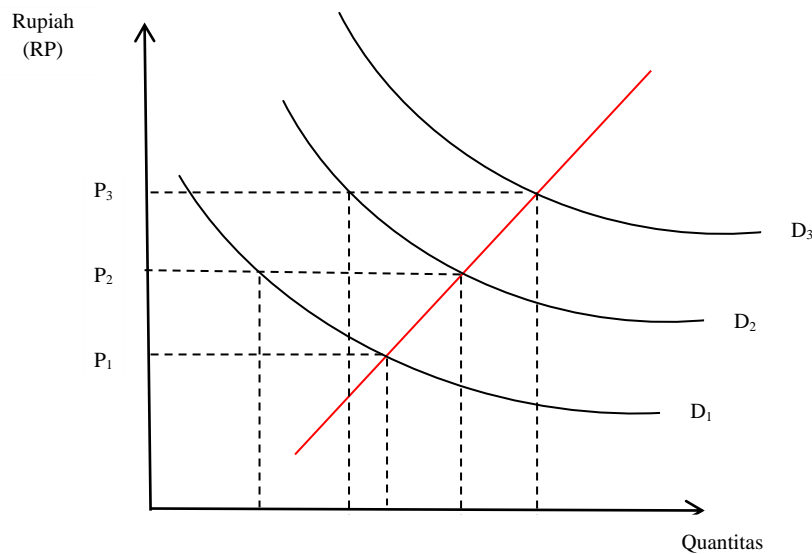
Daerah tujuan wisata timbul dan tenggelam tergantung bagaimana persepsi pasar melihatnya. Oleh karena itu, walaupun hukum permintaan dan penawaran menggunakan asumsi bahwa segala sesuatu harus tetap sama untuk berlakunya hukum itu, dalam kenyataan bisnis tidaklah tetap sama. Pengaruh eksternal dalam suatu jasa yang ditawarkan selalu ada. Faktor-faktor yang ikut bermain dalam suatu keputusan kemana berlibur termasuk kampanye pemasaran dari suatu lokasi dan cerita dari mulut ke mulut.

Suatu kelakuan aneh lain yang ada di ekonomi pariwisata ini berkaitan dengan konsumsi yang berlebihan (*conspicuous consumption*) istilah yang diciptakan Thomas Veblen (1929) Konsumsi yang berlebihan adalah kebiasaan membeli barang atau jasa oleh karena status yang dibawa pada tindakan itu, sejumlah hotel, resor, kapal pesiar supermewah dan penerbangan kelas satu adalah menarik sebagian oleh karena pengaruh Veblen itu. Bukan penawaran dan permintaan yang menentukan biaya produk, melainkan eksklusivitas dan gengsi.

Makin tinggi biaya suatu pengalaman atau produk, semakin dia diinginkan sampai suatu titik.

Gambar 2.2 menunjukkan jika harga  $P_1$  ditetapkan maka jumlah  $Q_1$  yang terjual. Jika harga dinaikkan menjadi  $P_2$  menurut kurva permintaan  $D_1$ , jumlah yang dibeli akan menurun ke  $Q_2$ . Hal ini tidak terjadi dalam kurva Veblen karena pembeli-pembeli member suatu arti penting baru pada produk itu, dan kenyataannya membeli suatu kuantitas yang lebih besar  $Q_3$ . Dalam pengaruhnya, harga baru telah menambah kesenangan kualitas pelayanan itu atau pengalaman yang ditawarkan. Kurva permintaan bukannya bergeser ke bawah, melainkan bergeser ke  $D_2$  akibat pengaruh Veblen itu. Penurunan harga hanya meningkatkan sedikit jumlah yang dibeli karena pergerakannya hanya menurut kurva permintaan baru  $D_2$ . Jika harga terus dinaikkan ke  $P_3$ , maka harga itu akan bergeser lagi. Bukan suatu penurunan permintaan ke  $Q_4$ , permintaan nyatanya meningkat ke  $Q_5$ .

**Gambar 2.2**  
**Kurva Permintaan Veblen**



*Sumber : Donald E. Lunberg, 2007*

Pada gambar menunjukkan jika harga  $P_1$  ditetapkan maka jumlah  $Q_1$  yang terjual. Jika harga dinaikkan menjadi  $P_2$  menurut kurva permintaan  $D_1$ , jumlah yang dibeli akan menurun ke  $Q_2$ . Hal ini tidak terjadi dalam kurva Veblen karena pembeli-pembeli member suatu arti penting baru pada produk itu, dan kenyataannya membeli suatu kuantitas yang lebih besar  $Q_3$ . Dalam pengaruhnya, harga baru telah menambah kesenangan kualitas pelayanan itu atau pengalaman yang ditawarkan. Kurva permintaan bukannya bergeser ke bawah, melainkan bergeser ke  $D_2$  akibat pengaruh Veblen itu. Penurunan harga hanya meningkatkan sedikit jumlah yang dibeli karena pergerakannya hanya menurut kurva permintaan baru  $D_2$ . Jika harga terus dinaikkan ke  $P_3$ , maka harga itu akan bergeser lagi. Bukan suatu penurunan permintaan ke  $Q_4$ , permintaan nyatanya meningkat ke  $Q_5$ .

Para ekonom suka mengelompokkan barang dan jasa ke dalam barang yang lebih disukai (*preferred goods or services*) dan kurang disukai (*non-preferred*). Pariwisata dipandang sebagai suatu jasa yang sangat disukai (*a preferred superior services*), karena ia lebih banyak dilakukan jika pendapatan lebih tinggi. Permintaan untuk pengalaman berwisata meningkat lebih cepat daripada pendapatan. menentukan biaya produk, melainkan eksklusivitas dan gengsi. Makin tinggi biaya suatu pengalaman atau produk, semakin dia diingini sampai suatu titik.

### **2.1.3 Pendekatan Permintaan Pariwisata**

Menurut Yoeti (2008) pariwisata erat kaitannya dengan ilmu sosiologi maupun psikologi, karena perjalanan wisata merupakan kegiatan manusia yang

memiliki kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), harapan (*expectations*) yang bermacam-macam dan berbeda-beda. Ketika mengadakan perjalanan wisata adanya faktor uang yang dapat digunakan secara bebas (*disposable income*) dan tersedianya waktu senggang (*leisure time*) pada saat kondisi masih sehat serta adanya kemauann untuk melakukan perjalanan. Untuk mengetahui permintaan pariwisata perlu dilakukan dua kegiatan riset, yaitu:

1. Menggunakan *Sociology Oriented*

Hal ini berkaitan dengan *tourist demand* seperti sifat dan struktur para wisatawan yang menjadi konsumen selama melakukan perjalanan wisata. Perlu diadakan penelitian khusus dinegara asal wisatawan (*tourist generating country*) untuk mendapatkan data apakah seseorang itu bepergian untuk bisnis (*business*) atau untuk bersenang-senang (*pleasure*) selain itu perlu juga diketahui umur rata-rata wisatwan, jenis kelamin, profesi, latar belakang pendidikan, dan lain-lain.

2. Metode yang berkaitan dengan *Tourist Demand*

Metode ini menghendaki suatu penelitian akan kompleks karena termasuk masalah yang berkaitan dengan batin manusia, emosi, suka dan tidak suka, termasuk pula pro dan kontra tentang suatu tindakan manusia itu sendiri. Motivasi selalu berubah-ubah dalam melakukan perjalanan wisatawan maka perlu dicari tahu beberapa hal sebagai berikut:

- a. Bagaimana orang-orang menggunakan atau menghabiskan waktu liburnya, rekreasi yang dilakukan, perjalanan wisata yang diinginkan, dihubungkan dengan kehidupannya sehari-hari.

- b. Apa yang diharapkan mereka dari perjalanan wisata yang dilakukan atau apa keuntungan bila melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata.
- c. Apa yang telah diketahui mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, fasilitas yang tersedia, daya tarik wisata, harga paket wisata dan lama perjalanan wisata dilakukan.
- d. Kriteria apa yang dapat digunakan dalam memilih banyak alternatif tentang daerah tujuan wisata, kendaraan yang digunakan, hotel tempat menginap, objek dan atraksi yang akan dilihat dan peraturan-peraturan pemerintah yang menghambat atau memudahkan seperti kemungkinan perjalanan tanpa passport atau visa kunjungan.

## **2.2 Hubungan antar variabel**

Untuk menjelaskan variabel-variabel peneliti akan menghubungkan variabel-variabel dengan teori-teori yang ada, antara lain sebagai berikut:

1. Jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa

Pariwisata dipandang sebagai suatu jasa yang sangat disukai (*a preferred superior services*). Permintaan untuk pengalaman berwisata meningkat lebih cepat daripada pendapatan yang menentukan biaya produk, melainkan eksklusivitas dan gengsi. Makin tinggi biaya suatu pengalaman atau produk, semakin dia diinginkan sampai suatu titik pada kurva Veblen. Pada penelitian ini diduga terdapat juga faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan objek Taman Nasional Karimunjawa seperti biaya



perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat dan keindahan alam Laut Karimunjawa.

2. Biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa

Menurut Oka A.Yoeti (2008) ketika melakukan perjalanan wisata wisatawan akan menggunakan pendapatan bebas (*disposable income*) untuk keperluan wisata seperti akomodasi hotel, makanan dan minuman, transportasi dan lain-lain (*laundry*, surat kabar). Dalam hal ini variabel biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya paket wisata serta biaya-biaya lain yang relevan.

3. Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini)

Pantai Kartini merupakan objek wisata yang pertama kali dapat ditemui sebelum melakukan penyebrangan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa. Wisatawan yang pernah melakukan kegiatan perjalanan wisata ke Pantai Karini juga mengeluarkan pendapatan bebas yang dimiliki, sama halnya ketika melakukan perjalanan di objek wisata Taman Nasional Karimunjawa. Biaya perjalanan ke Pantai Kartini meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Biaya perjalanan ke Pantai Kartini digunakan sebagai pembanding karena objek wisata ini

merupakan objek wisata yang jaraknya relatif dekat dan memiliki jumlah kunjungan yang relatif lebih tinggi dari Taman Nasional Karimunjawa.

#### 4. Pendapatan individu

Pendapatan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata. Perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk (Sukirno, 1994). Pendapatan yang naik dengan harga yang relatif konstan, efeknya banyak pada jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Dengan demikian, kenaikan pendapatan akan mengakibatkan permintaan pada kebanyakan barang dan jasa lainnya. Dapat diasumsikan apabila pariwisata merupakan barang yang normal, maka jika penghasilan naik maka akan semakin banyak orang untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi sehingga meningkatkan kunjungan ke tempat wisata. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin tinggi, sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

#### 5. Lama Perjalanan

Beberapa ciri permintaan pariwisata adalah terpusat pada tempat-tempat tertentu, tidak dapat dipindahkan (Spillane, 1997), aksesibilitas yang meliputi jarak antar tempat asal wisatawan dengan lokasi wisata dan tergantung pada teknologi transportasi (Yoeti, 2008) sehingga untuk mencapai lokasi wisata wisatawan harus menempuh jarak tertentu dari

tempat tinggalnya menggunakan sarana transportasi yang tersedia. Tersedianya prasarana yang memadai seperti jalan yang tidak berlubang-lubang dan aman menuju objek wisata sehingga jarak yang relatif jauh tidak menjadi hambatan dalam melakukan perjalanan wisata..

#### 6. Jarak

Jarak antara daerah tempat tinggal ke tempat obyek wisata juga mempengaruhi permintaan akan kunjungan. Seseorang cenderung lebih memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya untuk menekan biaya pengeluaran dalam berwisata. Oleh karena itu apabila semakin dekat jarak obyek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi obyek wisata itu dan sebaliknya.

#### 7. Umur

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktifitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi, termasuk keputusan untuk mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata.

#### 8. Fasilitas-fasilitas

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal ditempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *support industries* seperti toko souvenir, cuci pakaian, pemandu, dan

fasilitas rekreasi (Spillane, 1987). Jenis fasilitas penginapan ditentukan oleh persaingan, setidaknya fasilitas yang ditawarkan harus sama dengan fasilitas yang tersedia di tempat persaingan pasar yang sama. Ketersediaan fasilitas dilokasi wisata akan membuat wisatawan merasa nyaman untuk lebih lama lagi dalam melakukan perjalanan wisata.

#### 9. Karakteristik masyarakat

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepaastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan mancanegara yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

#### 10. Keindahan alam Laut Karimunjawa

Keputusan untuk melakukan perjalanan lebih banyak menyangkut pemilihan daerah tujuan wisata. Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah yang akan dikunjungi (Yoeti, 2008). Daerah tujuan wisata yang memiliki daya tarik yang menarik akan meningkatkan jumlah permintaan objek wisata tersebut.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang telah dilakukan yang membahas tentang analisis permintaan pariwisata adalah sebagaimana diringkas pada Tabel 2.1 :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis, Judul dan Tahun Penerbitan	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Djijono 2002 Judul: "Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode <i>Travel Cost</i> Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung ."	Dependen : Jumlah kunjungan per 1000 penduduk  Independen : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya perjalanan</li> <li>• Biaya transportasi</li> <li>• Pendapatan atau uang saku per bulan</li> <li>• Jumlah penduduk</li> <li>• Kecamatan asal pengunjung</li> <li>• Pendidikan</li> <li>• Waktu kerja per minggu</li> <li>• Waktu luang per minggu</li> </ul>	Metode Regresi Berganda	Dari hasil uji statistik diperoleh hasil variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah jumlah penduduk, pendidikan dan waktu kerja. Rata-rata kesediaan berkorban sebesar Rp.11.517 per kunjungan, nilai yang dikorbankan sebesar Rp 7.298 per kunjungan dan surplus konsumen sebesar Rp 4.219 per kunjungan.
2	Dewi Kusuma Sari dan Indah Susilowati (2011) Judul: " Pengembangan Pariwisata Objek Wisata Pantai Sigandu, Kabupaten	Dependen : frekuensi kunjungan obyek wisata Pantai Sigandu Independen : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya perjalanan</li> <li>• Biaya perjalanan ke</li> </ul>	Metode Analisis Regresi Berganda, AHP	Dari penelitian tersebut diperoleh valuasi ekonomi Pantai Sigandu ialah Rp 26.739.188.00 dengan nilai surplus konsumennya ialah Rp. 353.838,07 pertahun. Sedangkan

	Batang dengan menggunakan Metode Analisis Hierarki Proses (AHP).“	<p>objek wisata lain</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penghasilan Pengunjung</li> <li>• Pendidikan</li> <li>• Umur</li> <li>• Jarak</li> </ul>		pendekatan AHP menunjukkan bahwa alternatif yang diambil dalam Pengembangan Pantai Sigandu secara overall adalah pengembangan Pantai Sigandu sebagai obyek wisata primadona Kabupaten Batang dengan nilai bobot 0,128
3	<p>Anthony Siallagan dan Evi Yulia (2011) Judul : “ Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir.”</p>	<p>Dependen : Jumlah permintaan wisata ke objek wisata</p> <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya perjalanan ke objek wisata</li> <li>• Biaya perjalanan ke objek wisata lain</li> <li>• Pendapatan</li> <li>• Lama perjalanan</li> <li>• Waktu luang</li> <li>• Umur</li> <li>• Fasilitas-fasilitas</li> <li>• Karakteristik masyarakat</li> <li>• Keindahan alam Danau Toba.</li> </ul>	Analisis Linier Berganda, <i>Tavel Cost</i>	Nilai koefisien determinasi atau $R^2$ sebesar 0,3674 yang berarti 36,74 persen jumlah permintaan objek wisata secara bersama-sama dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen.
4	<p>Nurhayati Samsudin (2012) Judul : “Valuasi Nilai Ekonomi Taman Nasional Bunaken :</p>	<p>Dependen : Jumlah Kunjungan Wisatawan</p> <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• biaya</li> </ul>	Metode Regresi Linier Berganda (OLS), <i>Travel Cost</i>	Dari penelitian tersebut diketahui nilai ekonomi Taman Nasional Bunaken dihitung dari wisatawan

	Aplikasi <i>Travel Cost Method</i> (TCM)”	perjalanan <ul style="list-style-type: none"> <li>• biaya perjalanan ke objek wisata lain</li> <li>• pendapatan</li> <li>• jarak</li> <li>• umur</li> <li>• paritas daya beli</li> </ul>		nusantara sebesar Rp 140.405.171.010 dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp 6.433.440.930 atau sebesar Rp 232.271 per individu
--	---	--	--	--

## 2.4 Kerangka Pemikiran

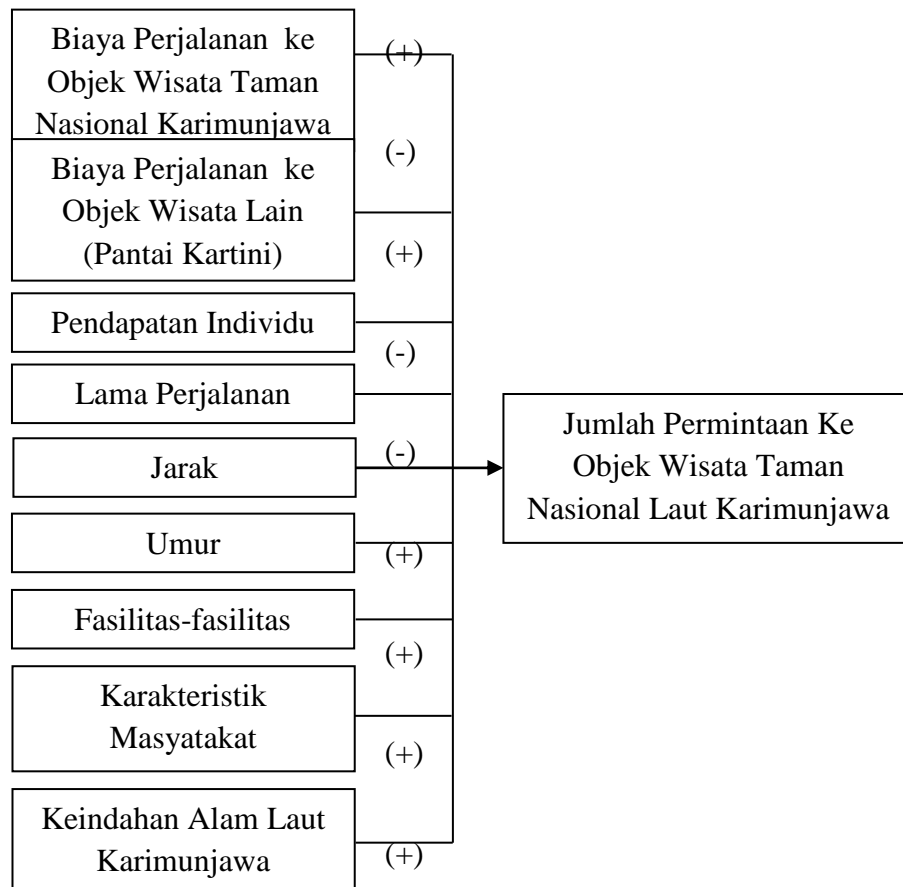
Pariwisata sebagai sebuah industri tidak seperti industri manufaktur pada umumnya, industri pariwisata tidak berdiri sendiri karena industri pariwisata lebih bersifat tidak berwujud unsur-unsur yang mendukung pariwisata sebagai sebuah industri adalah daya tarik, fasilitas-fasilitas, infrastruktur, transportasi dan keramahtamahan (Spillane, 1987).

Secara umum industri pariwisata dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan yang bebas digunakan untuk berwisata, besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk, keadaan masyarakat, motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, dan adanya insentif yang diberikan untuk berwisata (Yoeti, 2008). Selain itu terdapat juga faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus pariwisata seperti harga, daya tarik wisata, kemudahan berkunjung, informasi dan layanan sebelum kunjungan, dan citra (Yoeti, 2008).

Taman Nasional Laut Karimunjawa sebagai salah satu objek wisata yang sedang mengalami perkembangan dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah

permintaan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa maka akan diukur dengan variabel-variabel penelitian seperti biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam Laut Karimunjawa.

**Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran**



## 2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari telaah pustaka (yaitu landasan teori dan penelitian terdahulu), serta merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.



Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai pedoman dan arah dalam melakukan penelitian adalah :

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan positif antara biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.
2. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan negatif antara biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini) terhadap terhadap jumlah permintaan objek Taman Nasional Karimunjawa.
3. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan positif antara pendapatan individu terhadap terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.
4. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan negatif antara lama perjalanan terhadap terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.
5. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan negatif antara jarak terhadap terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.
6. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan positif antara umur pengunjung terhadap terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.
7. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan positif antara fasilitas-fasilitas dengan terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.

8. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan positif antara karakteristik masyarakat sekitar terhadap terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.
9. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan positif antara keindahan alam Laut Karimunjawa dengan terhadap jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Penelitian**

Penelitian ini menggunakan 10 variabel penelitian yaitu variabel jumlah permintaan wisata ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, meliputi variabel biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), variabel pendapatan individu, variabel lama perjalanan, jarak, variabel umur, variabel fasilitas-fasilitas, variabel karakteristik masyarakat, dan variabel keindahan alam laut Karimunjawa.

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

1. Variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah variabel jumlah permintaan wisata ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.
2. Variabel bebas (*Independent Variable*) meliputi variabel biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), variabel pendapatan individu, variabel lama perjalanan, variabel jarak, variabel umur, variabel fasilitas-fasilitas, variabel karakteristik masyarakat, dan variabel keindahan alam laut Karimunjawa.

Defenisi operasional adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan

kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir, 1983). Dalam arti yang singkat definisi operasional penelitian adalah cara menjelaskan variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Terdapat satu variabel terikat dan sembilan variabel bebas yang digunakan dalam analisis permintaan wisata ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Jumlah permintaan wisata Taman Nasional Karimunjawa di Kecamatan Karimunjawa

Jumlah permintaan wisata Taman Nasional Karimunjawa diukur melalui banyaknya kunjungan wisata yang dilakukan oleh individu ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satuan kerapian (kali) per 5 tahun.

2. Biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa

Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata Taman Nasional Karimunjawa. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp/kunjungan).

3. Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju objek wisata lain dalam penelitian ini adalah objek wisata Pantai Kartini yaitu yang

tingkat kunjungan wisata relatif lebih banyak dibandingkan dengan Taman Nasional Karimunjawa dan merupakan pintu masuk kapal menuju Kepulauan Karimunjawa. Biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya konsumsi, biaya penginapan, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp/kunjungan).

#### 4. Pendapatan individu

Pendapatan per bulan oleh pengunjung objek wisata Taman Nasional Karimunjawa. Diukur dengan satuan rupiah (Rp).

#### 5. Lama perjalanan

Lama perjalanan dari rumah pengunjung dengan objek wisata Taman Nasional Karimunjawa. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan jam.

#### 6. Jarak

Jarak rumah pengunjung dengan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa di Kabupaten Jepara. Variable ini diukur secara kontinyu dengan satuan kilometer (Km).

#### 7. Umur

Variabel ini merupakan umur dari pengunjung objek wisata Taman Nasional Karimunjawa. Diukur dengan menggunakan skala kontinyu dengan satuan tahun (Th).

## 8. Fasilitas-fasilitas

Fasilitas-fasilitas adalah persepsi pengunjung terhadap fasilitas yang ada di objek wisata Taman Nasional Karimunjawa dan diukur dengan satuan skala likert (1= tidak lengkap, 2= kurang lengkap, 3= cukup lengkap, 4= lengkap, dan 5= sangat lengkap).

## 9. Karakteristik masyarakat

Karakteristik masyarakat disekitar kawasan wisata berpengaruh terhadap kenyamanan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata, variabel ini diukur dengan skala likert (1= tidak ramah , 2= kurang ramah, 3= cukup ramah, 4= ramah, 5= sangat ramah).

## 10. Keindahan alam Laut Karimunjawa

Variabel ini menunjukkan faktor-faktor keindahan alam Laut Karimunjawa yang mempengaruhi wisatawan untuk datang ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa. Variabel ini diukur dengan satuan likert (1= sangat jelek, 2= jelek, 3= cukup bagus, 4= bagus, 5= sangat bagus).

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kumpulan objek penelitian,

bisa berupa kumpulan orang (individu, kelompok, komunitas, masyarakat, dan lain-lain); benda (jumlah gedung/bangunan, tempat, dan lain-lain). Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek tersebut (Sugiyono, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara objek wisata Taman Nasional Karimunjawa yang melakukan kunjungan wisata.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yaitu suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi (Nazir, 2005).

Menurut Guilford (1987) sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen/responden dan semakin besar sampel (semakin besar nilai  $n$ =banyaknya elemen sampel) akan memberikan nilai yang lebih akurat. Dengan teknik ini, tidak semua unsur atau anggota populasi diberi peluang yang sama untuk menjadi sampel (*Non-probability Sampling*) (Sugiyono, 2003).

Pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*, pemilihan pengambilan sampel ini dikarenakan besarnya populasi yang diteliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian diambil dari populasi menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel yang diambil dalam penelitian

$N$  = jumlah populasi

$e$  = nilai kritis batas ketelitian yang digunakan dalam penelitian, dalam hal ini peneliti menggunakan batas ketelitian 10%

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara jumlah pengunjung objek wisata Taman Nasional Karimunjawa tahun 2012 adalah 58.638. Jumlah tersebut dihitung dengan rumus Slovin diatas sehingga diperoleh perhitungan seperti dibawah ini :

$$n = \frac{58.638}{1+(58.638)(0,1^2)} = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa sampel yang akan diambil adalah 100 orang.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Sumber data dapat dibedakan dan diperoleh menjadi dua bagian:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau responden melalui wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang



telah dipersiapkan sebelum dilakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dan pengisian kuesioner oleh responden untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ditemui sedang berwisata di objek wisata Taman Nasional Karimunjawa.

2. Data sekunder merupakan data yang sudah dipublikasikan, namun tidak khusus diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan yang sedang ditangani (Sri Mulyono, 2000). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari pihak lain seperti pengelola objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Jepara, internet, serta literatur-literatur berupa buku maupun jurnal yang dapat mendukung penelitian.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

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

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

3. Wawancara, yaitu cara pengumpulan data yang penting dan banyak dilakukan dalam pengembangan informasi dengan mewawancarai langsung responden yang akan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang di butuhkan dengan bantuan daftar pertanyaan yang telah di persiapkan sebelumnya.
4. Observasi, menurut Ali (1995) mengatakan bahwa penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap obyek baik secara langsung maupun tidak langsung disebut pengamatan atau observasi. Teknik atau cara ini banyak digunakan baik dalam penelitian sejarah, deskriptif ataupun eksperimental, karena dengan pengamatan memungkinkan gejala-gejala penelitian dapat diamati dari dekat.
5. Kuesioner, sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui, Arikunto (1999).

### **3.5 Metode Analisis**

#### **3.5.1 Analisis Regresi**

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

Analisis ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel. Bentuk umum analisis ini yaitu menghubungkan variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas  $X_1, X_2, \dots, X_n$ . Pola

hubungan antar variabel yang akan dianalisis dilakukan berdasarkan atas data sampel yang diperoleh melalui kuesioner.

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

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

Pada penelitian ini, untuk menganalisis kunjungan ke objek Wisata Taman Nasional Karimunjawa yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini), pendapatan individu, lama perjalanan, waktu luang, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat dan keindahan alam Laut Karimunjawa, dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Y = f ( X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9) \dots\dots\dots(3.2)$$

Y = Jumlah Permintaan wisata Taman Nasional Karimunjawa

X<sub>1</sub> = Biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa

X<sub>2</sub> = Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini)

X<sub>3</sub> = Pendapatan rata-rata perbulan pengunjung

X<sub>4</sub> = Lama perjalanan dari tempat tinggal pengunjung ke objek wisata

X<sub>5</sub> = Jarak

X<sub>6</sub> = Umur Pengunjung

X<sub>7</sub> = Fasilitas yang tersedia di objek wisata

X<sub>8</sub> = Karakteristik masyarakat

X<sub>9</sub> = Keindahan alam Laut Karimunjawa

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

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + e_i \dots\dots\dots(3.3)$$

### 3.5.3 Uji asumsi klasik

Untuk dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi, model persamaan harus terbebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan

dalam penelitian ini terdiri dari uji Normalitas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Multikolinearitas.

### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2006) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Maka, regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola distribusi normal.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah diagonal atau garis histogramnya, menunjukkan pola distribusi tidak normal.

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik Kolomogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_A$  : Data residual tidak berdistribusi normal

### 3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

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

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

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji park, Uji Glejser, Uji White. Selain itu uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized (Ghozali, 2006).

Dasar analisis pada *scatterplot* adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5.3.3 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi (Gujarati, 2003).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel yang independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2005). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai tolerance
2. Variance Inflation Factor (VIF)

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai cutoff yang

umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$  (Ghozali, 2006).

Kaidah pengambilan kesimpulan:

- a. Jika nilai Tolerance  $> 0,10$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.
- b. Jika nilai Tolerance  $< 0,10$  atau VIF  $> 10$  maka terjadi multikolinieritas.

### 3.5.4 Uji Kriteria Statistik

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan *Goodness of fit*-nya. Secara statistik dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak) sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur kebenaran model analisis regresi. Menurut Gujarati (2003) koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat yang dapat dinyatakan dalam persentase. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi



variabel terikat. Kelemahan dari koefisien determinasi yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Sebagai ukuran kesesuaian garis regresi dengan sebaran data,  $R^2$  menghadapi masalah karena tidak memperhitungkan derajat bebas (Ghozali, 2006)

#### 3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F pada dasarnya untuk membuktikan secara statistik bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh secara bersama-sama atau secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut ;

##### 1. Membuat hipotesis $H_0$ dan $H_a$

- $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9$  secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).
- $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9 \neq 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9$  secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

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

##### 3. Kriteria pengujian

- Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.

- Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya seluruh variabel independen bukan merupakan penjelas terhadap variabel dependen.

#### 3.5.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian signifikansi koefisien regresi secara parsial digunakan uji t (*t test*), uji hipotesisnya :

##### 1. Menentukan formulasi hipotesis

- Variabel biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Karimunjawa
  - $H_0 : \beta_1 \leq 0$ , artinya variabel biaya perjalanan ke objek wisata tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
  - $H_a : \beta_1 > 0$ , artinya variabel biaya perjalanan ke objek wisata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Kartini)
  - $H_0 : \beta_2 \geq 0$ , artinya variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.

- $H_a : \beta_2 < 0$ , artinya variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel pendapatan individu
  - $H_o : \beta_3 \leq 0$ , artinya variabel pendapatan individu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
  - $H_a : \beta_3 > 0$ , artinya variabel pendapatan individu memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel lama perjalanan
  - $H_o : \beta_4 \geq 0$ , artinya variabel lama perjalanan tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
  - $H_a : \beta_4 < 0$ , artinya variabel lama perjalanan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel jarak
  - $H_o : \beta_5 \geq 0$ , artinya variabel waktu jarak tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
  - $H_a : \beta_5 < 0$ , artinya variabel jarak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel umur
  - $H_o : \beta_6 \leq 0$ , artinya variabel umur tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.

- $H_a : \beta_6 > 0$ , artinya variabel umur memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel fasilitas-fasilitas
  - $H_o : \beta_7 \leq 0$ , artinya variabel fasilitas-fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
  - $H_a : \beta_7 > 0$ , artinya variabel fasilitas-fasilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel karakteristik masyarakat
  - $H_o : \beta_8 \leq 0$ , artinya variabel karakteristik masyarakat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
  - $H_a : \beta_8 > 0$ , artinya variabel karakteristik masyarakat memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
- Variabel keindahan alam Laut Karimunjawa
  - $H_o : \beta_9 \leq 0$ , artinya variabel keindahan alam Laut Karimunjawa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.
  - $H_a : \beta_9 > 0$ , artinya variabel keindahan alam Laut Karimunjawa memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata.

## 2. Kriteria pengujian

- Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai t-hitung dengan t-tabel untuk nilai positif menggunakan kriteria sebagai berikut:
  - $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  artinya suatu variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
  - $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  artinya suatu variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai t-hitung dengan t-tabel nilai negatif menggunakan kriteria sebagai berikut:
  - $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $-t_{\text{tabel}} > -t_{\text{hitung}}$  artinya suatu variabel bukan merupakan suatu penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
  - $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $-t_{\text{tabel}} < -t_{\text{hitung}}$  artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.