

**ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA
GOA PETRUK KABUPATEN KEBUMEN**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

LILIS HANDAYANI
NIM: 12020110151029

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2014

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Lilis Handayani
Nomor Induk Mahasiswa : 12020110151029
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis /Ilmu Ekonomi Studi
Pembangunan
JudulSkripsi : **ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA
GOA PETRUK KABUPATEN KEBUMEN**
Dosen Pembimbing : Hastarini Dwi Atmanti, SE, M.Si

Semarang, 12 Mei 2014

Dosen Pembimbing

Hastarini Dwi Atmanti, SE, M.Si

NIP. 19750821 200212 2001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Lilis Handayani
Nomor Induk Mahasiswa : 12020110151029
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis /Ilmu Ekonomi Studi
Pembangunan
JudulSkripsi : **ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA
GOA PETRUK KABUPATEN KEBUMEN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 2 Juni 2014

Tim Penguji

1. Hastarini Dwi Atmanti, S.E, M.Si. (.....)
2. Prof. Dr. H. Purbayu Budi Santosa, M.S. (.....)
3. Evi Yulia Purwanti, S.E., M.Si. (.....)

Mengetahui,

Pembantu Dekan I

Anis Chariri, SE, M.Com, Akt. Ph.D

NIP196708091992031001

PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Lilis Handayani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Permintaan Obyek Wisata Goa Petruk Kabupaten Kebumen** 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, 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 sengaja mau pun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. 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, 12 Mei 2014

Yang membuat pernyataan,

Lilis Handayani

NIM: 12020110151029

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Orang-orang yang luar biasa bertahan dalam situasi yang sangat sulit, dan mereka menjadi semakin luar biasa karena itu. (Robertson Davies)

Man lam yadzuq dzyllatta 'alumi saa'atan tajarra'a dzullal jahli thuula hayatifi

Berjalan tanpa mimpi terasa hampa, berpikir tanpa tujuan terasa kosong, harapan tanpa usaha itu bodoh

Seiring rasa syukur karya ini ku persembahkan untuk;

- *Ayahanda dan ibunda tercinta yang telah merawat, membesarkan dan mendidik serta senantiasa mendoakan, mendukung dan membimbingku dengan cinta dan kasih sayang yang tulus.*
- *Kakakku tercinta yang senantiasa memberi warna dalam hidupku dan menyanggiku sepenuh hati*
- *Sahabat-sahabatku dalam sukka dan duka*

ABSTRACT

Tourism place of Goa Petruk have been chosen because it was one of tourism places in Kebumen which has the lowest visitors than compared to other tourist place in Kebumen, but it has economic value. Furthermore, Goa Petruk has high potential tourism, meanwhile, it doesn't supported by the ease of access to reach the location. The aimed of this research is to analyze the cost of trip to Goa Petruk, to Logending Beach, to Goa Jatijajar, and to analyze monthly income the tourism demand for visit to Goa Petruk.

The sampling method of this research is by using accidental sampling with 100 response from visitors of Goa Petruk. The Analysis method in this research is by using Multiple Linear Regression with OLS.

The result of the reserach showed that four variables which are affect the demand of Goa Petruk are the cost trip to Goa Petruk, the cost trip to other tourism (Logending Beach), the cost trip to other tourism (Goa jatijajar) and monthly income. Goa Petruk is inferior good because coeficient monthly income is negative, if income rise, the demand Goa Petruk is down. When, income decreasing, demand for visit Goa Petruk increasing.

Keywords: TourismDemand, ObjectTourismGoaPetruk. Monthly income, Inferior Good

ABSTRAK

Obyek wisata Goa Petruk dipilih karena obyek wisata tersebut merupakan salah satu obyek wisata di Kabupaten Kebumen yang memiliki pengunjung terendah bila dibandingkan dengan obyek wisata lain di Kabupaten Kebumen tetapi memiliki nilai ekonomi. Selain itu obyek wisata Goa Petruk memiliki potensi wisata yang tinggi, akan tetapi tidak didukung dengan kemudahan akses untuk mencapai lokasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan ke Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending), biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar), dan pendapatan terhadap permintaan Goa Petruk.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 responden dari pengunjung Goa Petruk. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan OLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat variabel independen berpengaruh terhadap permintaan obyek wisata Goa Petruk, yaitu biaya perjalanan ke Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending), biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar) dan pendapatan per bulan. Obyek wisata Goa Petruk merupakan barang inferior hal ini karena koefisien pendapatan per bulan bertanda negatif, jika pendapatan naik maka permintaan terhadap obyek wisata Goa Petruk turun dan jika pendapatan turun maka permintaan Obyek wisata Goa Petruk meningkat.

Kata kunci: Permintaan Pariwisata, Obyek Wisata Goa Petruk, Pendapatan per Bulan, Barang Inferior.

KATA PENGANTAR

Segala syukur hanya bagi Allah SWT berkat kebesaran-Nya yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan dan kelapangan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Permintaan Goa Petruk Kabupaten Kebumen”.

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S-1 pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi ini merupakan sebuah karya yang tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. M. Nasir, M.Si., Ph.D., Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Ibu Hastarini Dwi Atmanti, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penyusunan skripsi.
3. Ibu NenekWoyanti, SE, M. Si, selaku dosen wali atas bimbingan dan pengarahannya selama menjalani studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Seluruh Dosen Jurusan IESP dan Staf Administrasi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas semua ilmu pengetahuan yang telah diberikan dan membantu dalam pengurusan administrasi.

5. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dan Pengelola Obyek Wisata Goa Petruk atas keramahan dan bantuan pengumpulan data selama penulisan untuk kelengkapan penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu (Djumeri dan Supriyati) serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, bimbingan dan motivasi bagi penulis untuk memperoleh kehidupan yang terbaik.
7. Kakakku, Heri Purwanto,S.Pd. dan Malikhatus Nisa,S.Pd., serta Adikku, Winda Puspita Hapsari yang memberikan dukungan dan semangat serta inspirasinya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Astuti Primadani dan Reikha Habibah Yusfi yang dengan sabar memberi arahan dan masukan bagi penulis.
9. Mas Hendry, Mas Bramantya dan Aditya terimakasih untuk waktu, pikiran, pengalaman, kesabaran dan motivasinya.
10. Teman-teman KKN Desa Tigajuru Kabupaten Jepara, Umi, Dewi, Ian, Haryo, Heru, Arnold, dan Sinyo, terima kasih untuk semangat dan waktu serta pengalaman yang indah dulu.
11. Teman-temanangkatan 2010 program S1 Transfer : Nanda, Mas NurYatiman Via, Vidya, dan Alto, serta teman-teman angkatan 2007 – 2010 terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya selama ini.
12. Teman-teman Wisma Anggun, Nana, Nanda, Ai, Yulia, Purina, Bela, Puji, dan MbaNinik, yang menemani dari tahun pertama penulis di Semarang.
13. Teman-teman seperjuangan dan diskusi Widi, Ulfa, Ainun, Novi, Nisa, mas Tresna dan Dito.

14. Semua responden yang telah membantu penulis dalam pengisian kuisioner di Obyek Wisata Goa Petruk Kabupaten Kebumen.
15. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, tidak ada satupun pujian yang pantas ditujukan kepada soerang makhlukpun melainkan semua akan kembali kepada-Nya. Segala kebenaran hanya milik Alloh Sang RabbulIzzati. Demikian pula dengan berbagai keterbatasan pengetahuan yang dimiliki Penulis maka segala kesalahan yang terjadi dalam penulisan skripsi ini merupakan sepenuhnya tanggung jawab Penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 12 Mei 2014

Penulis,

Lilis Handayani
NIM. 12020110151029

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISIONAL SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Teori Permintaan.....	15

2.1.1	Pengertian Permintaan.....	15
2.1.2	Fungsi Permintaan.....	15
2.1.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan	18
2.2	Pariwisata	20
2.2.1	Pengertian Pariwisata	20
2.2.2	Jenis-Jenis Pariwisata.....	21
2.2.3	Bentuk Pariwisata.....	22
2.3	Permintaan Pariwisata.....	25
2.4	Penelitian Terdahulu.....	30
2.5	Kerangka Pemikiran.....	40
2.6	Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional.....	42
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1	Data Primer	46
3.3.2	Data Skunder.....	46
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4.1	Kuesioner.....	47

3.4.2	Dokumentasi	47
3.5	Metode Analisis	48
3.5.1	Deteksi Asumsi Klasik.....	48
3.5.1.1	Deteksi Normalitas.....	48
3.5.1.2	Deteksi Heteroskedastisitas.....	49
3.5.1.3	Deteksi Multikolinearitas	50
3.5.2	Analisis Regresi Berganda	51
3.5.1.1	Uji F.....	52
3.5.1.2	Uji t	53
3.5.1.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	55

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	56
4.1.1	Kabupaten Kebumen.....	56
4.1.2	Goa Petruk	57
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	60
4.2.1	Umur.....	60
4.2.2	Jenis Kelamin.....	61
4.2.3	Daerah Asal.....	62
4.2.4	Pekerjaan.....	64
4.2.5	Pendapatan.....	65
4.2.6	Jarak Tempuh.....	66
4.2.7	Lama Perjalanan Menuju Obyek Wisata.....	68
4.2.8	Tujuan Berkunjung ke Obyek Wisata Goa Petruk.....	68

4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	69
4.4	Analisis Data.....	71
4.4.1	Deteksi Asumsi Klasik.....	71
4.4.1.1	Deteksi Normalitas.....	71
4.4.1.2	Deteksi Heteroskedastisitas.....	72
4.4.1.3	Deteksi Multikolinieritas.....	73
4.4.2	Analisis Regresi.....	74
4.4.2.1	Uji F.....	75
4.4.2.2	Uji t.....	76
4.4.2.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	80
 BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Keterbatasan.....	83
5.3	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Rangking Devisa Komoditas Pariwisata dan Ekspor Lainnya Tahun 2008-2012..... 2
Tabel 1.2	Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata/Taman Rekreasi Di Jawa Tengah Tahun 2008-2012..... 4
Tabel 1.3	Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata Di Kabupaten Kebumen Menurut Obyek Wisata Tahun 2008-2012..... 7
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal..... 63
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 64
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 65
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Tempuh ke Goa Petruk..... 67
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Perjalanan ke Goa Petruk..... 68
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung ke Obyek Wisata Goa Petruk..... 69
Tabel 4.9	Deskripsi Data Variabel Penelitian..... 70
Tabel 4.10	Deteksi Normalitas..... 72
Tabel 4.11	Deteksi Heteroskedastisitas..... 72
Tabel 4.12	Deteksi Multikolinearitas..... 73
Tabel 4.13	Hasil Regresi..... 74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	17
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Peta Wisata Kabupaten Kebumen.....	57
Gambar 4.2 Kurva Uji F	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner	89
Lampiran B	Data Mentah Pengunjung.....	95
Lampiran C	Deskripsi Data Variabel Penelitian	98
Lampiran D	Uji Kolmogorov-Smirnov	99
Lampiran E	Uji White.....	100
Lampiran F	Hasil Analisis Regresi.....	101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi kepariwisataan cukup besar. Jumlah obyek wisata yang banyak dan tersebar di seluruh daerah dengan kondisi alam yang sangat menarik menjadikan Indonesia sebagai daerah tujuan wisata (DTW) baik itu wisata alam, wisata bahari, agrowisata, wisata budaya, wisata ziarah maupun wisata kuliner.

Potensi wisata yang ada di Indonesia telah memberikan harapan untuk dapat menyelesaikan permasalahan ekonomi yang dihadapi. Penerimaan devisa dari industri pariwisata diharapkan menjadi jawaban untuk menghadapi berbagai masalah ekonomi di Indonesia. Kesulitan ekonomi yang diakibatkan oleh sektor non-migas yang menurun, impor yang naik, dan pembangunan ekonomi yang timpang, dipandang akan dapat diatasi dengan industri pariwisata. Hal ini disebabkan industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru dan dapat memberikan lebih banyak peluang ekonomi. Disamping itu, industri pariwisata juga dapat menjadi sarana untuk menjaga dan memperbaiki lingkungan serta dorongan pembangunan ekonomi regional.

Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan di Indonesia telah menunjukkan hasil yang cukup baik. Pada tahun 2012, sektor pariwisata menempati urutan kelima dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi utama berupa gas, minyak bumi, batu bara, minyak kelapa sawit, serta karet olahan. Hal

Tabel 1.1
Rangking Devisa Komoditas Pariwisata dan Ekspor lainnya
Tahun 2008 - 2012 (Juta USD)

Rangking	Tahun									
	2008		2009		2010		2011		2012	
	Komoditas	Jumlah								
1	Minyak dan gas bumi	29,126.30	Minyak dan gas bumi	19,018.30	Minyak dan gas bumi	28,039.60	Minyak dan gas bumi	41,477.10	Minyak dan gas bumi	38,713.20
2	Minyak kelapa sawit	12,375.57	Batubara	13,817.15	Batubara	18,499.39	Batubara	27,221.80	Batubara	27,842.46
3	Batubara	10,485.18	Minyak kelapa sawit	10,367.62	Minyak kelapa sawit	13,468.97	Minyak kelapa sawit	17,261.30	Minyak kelapa sawit	18,350.49
4	Karet olahan	7,579.66	Pariwisata	6,297.99	Karet olahan	9,314.97	Karet olahan	14,258.20	Karet olahan	9,543.01
5	Pariwisata	7,347.60	Pakaian jadi	5,735.60	Pariwisata	7,603.45	Pariwisata	8,554.40	Pariwisata	8,885.74
6	Pakaian jadi	6,092.06	Biji tembaga	5,101.28	Besi tembaga	6,882.17	Pakaian jadi	7,801.50	Pakaian jadi	7,260.08
7	Alat listrik	5,253.74	Karet olahan	4,870.68	Pakaian jadi	6,598.11	Alat listrik	7,364.30	Alat listrik	6,682.37
8	Tekstil	4,127.97	Alat listrik	4,580.18	Alat listrik	6,337.50	Tekstil	5,563.30	Tekstil	5,084.86
9	Kertas dan barang dari kertas	3,796.91	Tekstil	3,602.78	Tekstil	4,721.77	Makanan Olahan	4,802.10	Audio Visual	4,227.26
10	Biji tembaga	3,344.58	Audio Visual	3,431.98	Kertas dan barang dari kertas	4,241.79	Bahan Kimia	4,630.00	Bahan Kimia	3,326.66
11	Besi/baja	3,088.64	Kertas dan barang dari kertas	3,405.01	Audio Visual	3,875.38	Kertas dan barang dari kertas	4,214.40	Kertas dan barang dari kertas	3,946.36

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI

tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 yang menunjukkan ranking devisa komoditas pariwisata dan ekspor lainnya pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2012.

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2008, pariwisata berada pada urutan kelima setelah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit, batu bara dan karet olahan dengan nilai US\$ 7.579,66. Pada tahun 2009, pariwisata mengalami kenaikan ranking yaitu pada urutan keempat, setelah menggeser ekspor karet olahan. Namun jumlah penerimaan devisa dari pariwisata mengalami penurunan sebesar 16,66 persen. Sedangkan pada tahun 2010, 2011 dan 2012 pariwisata mengalami penurunan ranking devisa menjadi peringkat kelima, namun jumlah penerimaan devisa naik menjadi US\$ 7.603,54 pada tahun 2010, US\$ 8.554,40 tahun 2011, dan US\$ 8.885,74 tahun 2012.

Jawa Tengah merupakan salah satu propinsi di Pulau Jawa yang terletak pada jalur perlintasan antara Jawa Barat dan Jawa Timur. Dengan letak yang strategis dan daerah yang masih tergolong alami serta syarat akan kebudayaan Jawa Tengah menjadi salah satu tujuan wisata yang menawarkan berbagai macam tujuan wisata seperti kawasan Candi Borobudur, Keraton Solo, Dataran Tinggi Dieng, Curug Sewu, dan obyek wisata lainnya. Untuk memperoleh gambaran mengenai jumlah kunjungan wisata di Jawa Tengah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.2
Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata/ Taman Rekreasi
di Jawa Tengah Tahun 2008-2012

Tahun	Pengunjung (Orang)		Jumlah	Pertumbuhan (%)
	Wisatawan	Wisatawan		
	Mancanegara	Nusantara		
2008	302,000	15,762,384	16,064,384	-
2009	308,519	21,515,598	21,824,117	26.39
2010	317,805	22,275,146	22,592,951	3.40
2011	392,895	21,838,351	22,231,246	(1.63)
2012	372,463	25,240,021	25,612,484	13.20

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah (Diolah)

Dari Tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke obyek wisata di Jawa Tengah mengalami kenaikan rata-rata 9,5 persen dari tahun 2008 sampai 2010. Sedangkan pada tahun 2012 turun 5,2 persen dari 392.895 orang pada tahun 2011 menjadi 372.463 orang. Penurunan ini terjadi karena adanya beberapa isu antara lain, adanya *travel warning* dari beberapa negara untuk datang ke Indonesia terkait isu teroris, krisis ekonomi global serta adanya beberapa penerbangan langsung yang non aktif dikarenakan permasalahan internal pada perusahaan penerbangan tersebut (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah).

Jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke obyek wisata di Jawa Tengah dari tahun 2008 sampai 2010 mengalami kenaikan rata-rata 18 persen. Sedangkan pada tahun 2011 turun 1,97 persen dari 22.275.146 orang tahun 2010 menjadi 21.838.351 orang tahun 2011. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dikarenakan adanya beberapa bencana alam yang terjadi pada obyek wisata unggulan di Jawa Tengah dan renovasi pada beberapa daya tarik wisata sehingga

ada sebagian obyek wisata yang tidak operasional sementara (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah).

Di dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Jawa Tengah membagi empat sub Daerah Tujuan Wisata (DTW), yaitu DTW A, DTW B, DTW C dan DTW D. Sub DTW A terdiri dari Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Kota Salatiga, Kota Magelang, Kabupaten Magelang, Kota Surakarta, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sragen, Kabupaten Klaten, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Wonosobo, dan Kabupaten Kendal. Untuk sub DTW B terdiri dari Kabupaten Pati, Kabupaten Demak, Kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Rembang, Kabupaten Blora, dan Kabupaten Grobogan. Sub DTW C terdiri dari Kabupaten Pemalang, Kabupaten Pekalongan, Kota Pekalongan, Kabupaten Tegal, Kota Tegal, Kabupaten Batang, dan Kabupaten Brebes. Dalam kebijakan pembagian Daerah Tujuan Wisata (DTW) Jawa Tengah, Kabupaten Kebumen termasuk pada bagian sub DTW D bersama-sama dengan Kabupaten Banyumas, Kabupaten Cilacap, Kabupaten Banjarnegara, dan Kabupaten Purbalingga.

Pembangunan daerah Kabupaten Kebumen digariskan dalam ketentuan kebijakan yang berpedoman pada Pola Dasar Pembangunan Daerah dan Rencana Pembangunan Lima Tahun Daerah (Repelitada). Dalam rencana ini, sektor pariwisata telah mendapatkan porsi sebagai sektor yang potensial. Untuk usaha tersebut, diperlukan adanya dukungan dari masing-masing obyek wisata dan daya tarik wisata yang berada di Kabupaten Kebumen. Daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Kebumen beraneka ragam baik obyek wisata alam, wisata buatan,

maupun wisata budaya. Obyek wisata yang terdapat di Kabupaten Kebumen antara lain; Goa Jatijajar, Goa Petruk, Pantai Logending, Situs Geologi Karangsembung, Pantai Karangbata, Pantai Menganti, Pantai Rowo Mirit, Goa Barat, Pemandian Air Panas Krakal, Pantai Karang Bolong, Pantai Petanahan, Benteng Van Der Wijck, Waduk Wadas Lintang, Waduk Sempor, Arung Jeram Padegolan, Gunung Pranji, Masjid Saka Tunggal, Klenteng Kong Hwie Kiong, dan Wisata Alam Jembangan yang saat ini dalam pengembangan.

Obyek wisata yang sudah dikembangkan di Kabupaten Kebumen sampai tahun 2012 berjumlah 9 obyek, yaitu; Goa Jatijajar, Goa Petruk, Pantai Logending, Pantai Karangbolong, Pantai Petanahan, Pemandian Air Panas Krakal, Waduk sempor, Waduk Wadaslintang, dan Pantai Suwuk. Selama tahun 2012, kesembilan obyek wisata ini dikunjungi oleh 807.685 orang pengunjung. Jumlah ini meningkat sebanyak 9,95 persen dibandingkan tahun sebelumnya, 2011, yang berjumlah sebanyak 701.903 orang.

Dari kesembilan obyek wisata, Goa Jatijajar masih menjadi daerah tujuan wisata favorit dengan jumlah kunjungan yang mencapai 280.926 orang pada tahun 2012 atau 34,78 persen dari keseluruhan pengunjung yang ada. Kemudian Pantai Logending dengan 121.521 orang atau 15,05 persen . Obyek wisata yang paling sedikit dikunjungi adalah Goa Petruk sebanyak 10.570 orang atau hanya 1,31 persen. Hampir semua obyek wisata di Kabupaten Kebumen kunjungan wisatawannya cenderung meningkat, hal ini sesuai dengan Tabel 1.3. Peningkatan tersebut berkisar antara 6,17 persen sampai dengan 15,07 persen. Berikut data

mengenai jumlah pengunjung per obyek wisata di Kabupaten Kebumen dari tahun 2008 sampai 2012.

Tabel 1.3
Banyaknya Pengunjung Objek Wisata Di Kabupaten Kebumen
Menurut Objek Wisata Tahun 2008 sampai 2012

Objek Wisata	Banyaknya Pengunjung				
	2008	2009	2010	2011	2012
Goa Jatijajar	192,804	237,908	250,664	257,304	280,926
Pantai Logending	118,974	130,360	130,464	122,540	121,521
Waduk Sempor	22,090	27,212	24,269	28,150	28,415
Goa Petruk	6,458	7,498	6,808	8,239	10,570
Pantai Karangbolong	22,233	22,836	18,236	18,221	20,967
PAP Krakal	14,970	15,155	12,178	17,841	19,244
Pantai Petanahan	81,657	79,879	60,987	77,945	85,657
Waduk Wadaslintang	12,974	13,890	25,836	27,511	30,714
Pantai Suwuk	58,540	66,539	108,949	144,152	209,671
Jumlah	530,700	601,277	638,391	701,903	807,685
Pertumbuhan (%)	-	11.74	5.81	9.05	13.10

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen (Diolah)

Menurut Nasrudin, Kasubag Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen, peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kebumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain gencarnya promosi wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen baik melalui media cetak, media elektronik dan *personal selling* seperti pameran dan *travel dialog*, serta penjualan obyek wisata kepada Biro Perjalanan Umum, *tour operator* dan sejenisnya baik dalam maupun luar negeri. Selain hal di atas juga dikarenakan naiknya tingkat perekonomian masyarakat dan banyaknya pilihan obyek wisata yang terdapat di Kabupaten Kebumen serta peningkatan sarana dan prasarana.

Apabila dilihat, secara keseluruhan dapat diketahui bahwa obyek wisata Goa Petruk dengan tingkat kunjungan wisatawannya paling kecil dibandingkan obyek wisata lainnya, hal ini berdasarkan Tabel 1.3. Padahal Goa Petruk berada sekitar 7 km sebelah selatan kompleks Goa Jatijajar dengan jumlah pengunjung wisatawannya paling tinggi di Kabupaten Kebumen. Dari tahun 2008 sampai 2012 jumlah pengunjung Goa Petruk mengalami fluktuasi. Pada tahun 2009, pengunjung naik 13,87 persen menjadi 7.498 pengunjung. Namun pada tahun 2010, pengunjung mengalami penurunan 10,14 persen. Dan tahun 2011 dan 2012 pengunjung naik masing-masing 17,37 persen dan 22,05 persen. Tetapi kenaikan jumlah pengunjung obyek wisata Goa Petruk masih di bawah jumlah pengunjung obyek wisata Goa Jatijajar.

Banyak yang telah mendengar Goa Petruk, tetapi pengunjung Goa Petruk masih rendah. Salah satu alasannya yaitu, untuk menelusuri Goa Petruk memerlukan energi lebih banyak karena belum adanya akses jalan yang mempermudah pengunjung di dalam goa dan tidak ada penerangan. Penerangan hanya dari *headlamp* atau petromak. Berbeda dengan Goa Jatijajar telah dilengkapi dengan jalur dan penerangan yang memadai untuk mempermudah pengunjung sehingga pengunjung tidak membutuhkan tenaga ekstra untuk menelusuri Goa Jatijajar.

Lokasi obyek wisata Goa Petruk cukup sulit dijangkau, kondisi jalan yang buruk dan dikelilingi tebing perbukitan menjadi salah satu alasan sedikitnya kunjungan wisatawan. Untuk mencapai mulut Goa Petruk, pengunjung harus menaiki 260 anak tangga. Anak tangga pertama ada air terjun yang tingginya 10 meter. Tidak seperti Goa Jatijajar yang sangat ramai, dari tempat parkir

pengunjung cukup berjalan sejauh 200 meter menuju mulut goa. Untuk memasuki obyek wisata Goa Petruk, pengunjung dikenakan biaya tiket seharga Rp 8.000 untuk dewasa dan Rp 4.500 untuk anak-anak. Goa Petruk beroperasi setiap hari mulai pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB

Untuk dapat menikmati Goa Petruk yang masih tergolong masih alami wisatawan membutuhkan waktu yang lama. Hal ini dikarenakan panjang goa yang mencapai 750 meter yang terdiri dari tiga tingkatan. Selain itu jumlah pemandu wisata yang terbatas, yaitu 8 orang, untuk memudahkan pengawasan pemandu wisata terhadap wisatawan maka saat memasuki Goa Petruk tidak bisa kolektif. Selain itu untuk memasuki goa, disediakan alat-alat seperti, petromak, *headlamp*, sepatu boot, *rain coat*, dan helm pelindung kepala.

Obyek wisata Goa Petruk juga dilengkapi dengan fasilitas seperti arena parkir, *home stay*, dan warung makan serta taman di bagian depan. Namun demikian Goa Petruk juga memiliki beberapa masalah antara lain toilet yang tidak berfungsi, kotornya toilet dan tidak adanya air. Permasalahan lainnya yaitu lahan parkir. Lahan parkir yang dimiliki luasnya kurang dari 200 m². Ketika memasuki musim liburan bisa dipastikan fasilitas parkir tersebut tidak dapat menampung kendaraan pengunjung yang datang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obyek wisata Goa Petruk antara lain biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk dan obyek wisata lain, yaitu obyek wisata komplementer dan substitusi. Biaya perjalanan akan mempengaruhi wisatawan berkunjung ke obyek wisata. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata, maka

permintaan terhadap obyek wisata tersebut akan berkurang. Sedangkan apabila biaya perjalanan yang dikeluarkan semakin kecil, maka permintaan terhadap obyek wisata tersebut akan semakin besar. Selain biaya perjalanan, pendapatan per bulan juga merupakan faktor penting dalam membentuk permintaan wisatawan. Pendapatan per bulan seseorang akan berperan dalam pengambilan keputusan dalam memilih obyek wisata yang akan dikunjunginya.

Uraian yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa permintaan terhadap obyek wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu dilakukan penelitian dengan fokus penelitian: *“Analisis Permintaan Obyek Wisata Goa Petruk Kabupaten Kebumen”*.

1.2 Rumusan Masalah

Goa Petruk merupakan obyek wisata dengan jumlah kunjungan wisatawan paling rendah jika dibandingkan dengan obyek wisata lain yang ada di Kabupaten Kebumen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah penunjung di obyek wisata Goa Petruk diantaranya biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain dan pendapatan per bulan wisatawan. Biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk meliputi tiket masuk, biaya transportasi, parkir, konsumsi, akomodasi, dokumentasi, souvenir, dan lain-lain. Harga tiket masuk ke obyek wisata Goa Petruk merupakan tiket masuk obyek wisata termahal di Kabupaten Kebumen yaitu seharga Rp 8.000. Padahal retribusi masuk ke obyek wisata lain di Kabupaten Kebumen dibawah Rp 8.000. Harga tiket ini belum termasuk biaya pemandu wisata karena untuk mengelilingi Goa Petruk memerlukan pemandu wisata.

Selain biaya perjalanan ke Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, dalam hal ini Pantai Logending dan Goa Jatijajar, juga mempengaruhi permintaan obyek wisata Goa Petruk. Harga tiket masuk kedua obyek wisata ini lebih rendah dari obyek wisata Goa Petruk, yaitu Rp 5.000 untuk Pantai Logending dan Rp 7.500 untuk Goa Jatijajar dengan jumlah pengunjung di atas pengunjung Goa Petruk. Selain tiket masuk pengunjung juga memperhitungkan biaya transportasi, parkir, konsumsi, akomodasi, dokumentasi, souvenir, dan lain-lain.

Pendapatan wisatawan juga mempengaruhi permintaan obyek wisata Goa Petruk. Berdasarkan penelitian pendahuluan pengunjung obyek wisata Goa Petruk merupakan wisatawan lokal dan hanya dari sekitar kabupaten Kebumen dengan pendapatan berkisar antara Rp 150.000 – Rp 3.500.000. Dari pendapatan tersebut akan dialokasikan untuk kebutuhan primer, sekunder lalu tersier. Pariwisata merupakan barang tersier sehingga alokasi dana untuk berwisata setelah tercukupinya kebutuhan primer dan sekunder. Maka untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan ke obyek wisata Goa Petruk Kabupaten Kebumen dapat diukur dengan variabel-variabel penelitian seperti biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk Kabupaten Kebumen, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending dan Goa Jatijajar), dan pendapatan per bulan.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk?
2. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending) terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk?
3. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar) terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk?
4. Bagaimana pengaruh pendapatan per bulan terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan perumusan masalah yang ingin dipecahkan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending) terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar) terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk.
4. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan per bulan terhadap jumlah permintaan wisata Goa Petruk.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat yang ingin dirasakan dari hasil penelitian adalah:

1. Bagi Pemerintah dan Instansi Terkait

Sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan suatu keputusan dan kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Kebumen dalam rangka menggali potensi dan pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Kebumen, khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan dalam memberikan acuan, informasi dan rangsangan kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

1.4 Sistematika Penulisan

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

1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dari studi ini yang selanjutnya dirumuskan permasalahan penelitian berupa pertanyaan kajian. Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dikemukakan tujuan dan kegunaan penelitian. Pada bagian terakhir bab ini akan dijabarkan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

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

3. Bab III Metode Penelitian

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

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

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

5. Bab V Penutup

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Permintaan

2.1.1 Pengertian Permintaan

Berdasarkan pendapat para ahli, terdapat berbagai definisi mengenai permintaan. Menurut Mankiw (2012: 63), permintaan adalah jumlah barang yang ingin dibeli oleh pembeli dan mampu untuk membelinya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya permintaan diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan. Pengertian ini hanya berdasarkan kebutuhan saja, sehingga disebut juga dengan kebutuhan absolut. Dengan kebutuhan ini, setiap individu akan mempunyai permintaan atas suatu barang tertentu.

Menurut Nicholson (1995), permintaan merupakan hubungan antara harga barang tertentu dengan jumlah yang diminta konsumen. Sedangkan menurut Muntasib (2007), permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh individu dan mampu untuk dibeli dengan harga tertentu dan waktu tertentu. Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut dapat dipahami bahwa permintaan merupakan hubungan antara harga barang atau jasa dengan jumlah yang mampu dibeli konsumen.

2.1.2 Fungsi Permintaan

Permintaan dapat digunakan dalam persamaan matematika yang disebut dengan fungsi permintaan. Dengan persamaan matematika, kaitan antara harga dan jumlah barang yang diminta dapat diterangkan melalui sebuah fungsi

permintaan. Fungsi permintaan merupakan sebuah representasi yang menyatakan bahwa kuantitas yang diminta tergantung pada harga, pendapatan, dan preferensi (Nicholson, 2002: 91).

Bentuk fungsi permintaan yang sederhana dapat ditulis sebagai berikut:

$$Q_x = f(P_x) \dots \dots \dots (2.1)$$

Keterangan:

Q_x : jumlah barang x yang diminta

P_x : harga barang x

Fungsi diatas dapat dijelaskan bahwa besar kecilnya jumlah barang x yang diminta akan tergantung dari harga barang itu sendiri (asumsi *ceteris paribus*). Dalam prakteknya, hal-hal yang dianggap tetap (*ceteris paribus*) justru yang mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap jumlah barang yang diminta. Menurut Nicholson (2002: 91), fungsi permintaan untuk suatu barang tertentu (X) dirumuskan sebagai berikut:

$$Q_x = f(P_x, P_y, I; \text{Preferensi}) \dots \dots \dots (2.2)$$

Keterangan:

Q_x : kuantitas x yang diminta

P_x : harga barang x

P_y : harga barang lain (barang substitusi) y

I : pendapatan

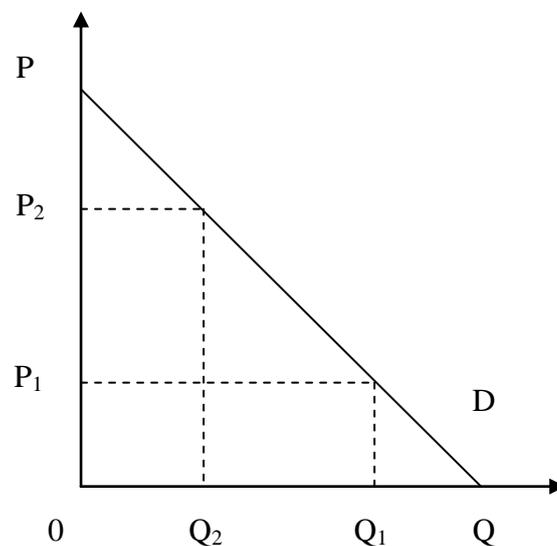
Dari persamaan matematis di atas dapat dilihat empat elemen yang menentukan kuantitas barang yang diminta, yaitu harga barang X, harga barang terkait (Y), pendapatan (I), serta preferensi atas barang X. Preferensi diletakkan

dibelakang titik-koma pada persamaan tersebut karena sebagian besar analisis mengasumsikan bahwa preferensi tidak berubah. Kesukaan atau ketidaksukaan yang mendasar pada seseorang disumsikan dikembangkan sepanjang pengalaman hidupnya.

Hubungan antara harga dan jumlah permintaan dapat digambarkan dalam suatu kurva permintaan. Kurva permintaan dapat digambarkan sebagaimana berikut.

Gambar 2.1

Kurva Permintaan



Sumber : Samuelson dan Nordhaus, 2003

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

Kurva permintaan memperlihatkan bagaimana kuantitas barang yang diminta akan melakukan respon terhadap perubahan harga barang itu sendiri (Samuelson dan Nordhaus, 2003: 104). Perubahan terhadap permintaan dan harga dapat mempengaruhi kurva permintaan. Namun perlu disadari bahwa permintaan juga dipengaruhi oleh harga barang-barang lain, pendapatan konsumen, dan faktor-faktor khusus. Karena itu, kurva permintaan dibuat dengan asumsi bahwa hal-hal lain dianggap konstan, namun bila terjadi perubahan pada hal-hal lain tersebut maka kurva akan bergeser ke kanan atau ke kiri.

2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan menurut Eachern (2001), adalah sebagai berikut:

1. Harga Barang itu Sendiri

Sebagaimana hukum permintaan bahwa permintaan terhadap suatu barang akan dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri. Semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin rendah harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta.

2. Harga Barang-barang yang Berkaitan

Permintaan terhadap suatu barang dapat dipengaruhi oleh harga barang-barang lain yang ada kaitannya, seperti barang yang dapat saling mengganti (substitusi) dan barang yang saling melengkapi (komplementer). Jika barang x dan y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang y turun dan harga x tetap, maka konsumen akan membeli barang y lebih banyak. Jika

barang x dan y merupakan barang komplementer, dimana penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan harga barang y akan menurunkan permintaan barang x.

3. Pendapatan

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

4. Selera dan Preferensi

Selera merupakan determinan permintaan non harga, karena sulit dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan. Selera seseorang dapat dipengaruhi umur, tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan lain-lain.

5. Jumlah Penduduk

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

6. Perubahan Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10 persen per tahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang

telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).

2.2 Pariwisata

2.2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut H. Kodhyat (1983) dalam Spillane (1994: 21), definisi pariwisata secara luas adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Hunziker dan Kraff (1988) dalam Pendit (2002:10) telah mencoba memberikan batasan yang tegas dan sama pada pengertian pariwisata dengan memasukkan berbagai macam aspek berikut implikasinya sebagai berikut.

“Tourism is the total relationship and phenomena linked with the stay of a foreigner at a locality, provided that they do not settle there to exercise a major, permanent or temporary remunerated activity”.

Sedangkan menurut Salah Wahab (dalam Yoeti, 2008: 114) mengemukakan, pariwisata adalah suatu aktifitas yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara berganti diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda-beda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Salah Wahab (2003) mengemukakan batasan-batasan pariwisata itu berdasarkan pemikirannya yang terdiri dari tiga unsur, yaitu:

1. Manusia (*man*), yakni orang yang melakukan perjalanan wisata,
2. Ruang (*space*), daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan,
3. Waktu (*time*), yakni waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tempat tinggal di daerah tujuan wisata.

Berdasarkan definisi pariwisata yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata hanya untuk menikmati perjalanan tersebut, bertamasya atau berekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam.

2.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Spillane (1994) mengemukakan beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu:

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

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang untuk berlibur, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk menikmati hiburan dan sebagainya.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

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

4. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis ini dapat dibagi dalam dua kategori:

- a) *Big Sports Events*, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian penonton atau penggemarnya.
- b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, dan lain-lain.

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

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

6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Jenis pariwisata ini mencakup pertemuan-pertemuan ilmiah, pertemuan bisnis, dan bahkan pertemuan politik.

2.2.3 Bentuk Pariwisata

Selain dipandang dari jenisnya, pariwisata dapat pula dilihat dari bentuk perjalanan yang dilakukan, lama perjalanannya, dan pengaruhnya terhadap

ekonomi akibat adanya perjalanan wisata tersebut. Bentuk-bentuk pariwisata ini adalah (Suwanto, 2002: 14):

1. Dari segi jumlahnya, wisata dibedakan atas:
 - a. *Individual tour* (wisatawan perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau pasangan suami-istri.
 - b. *Family Group Tour* (wisata keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh keluarga yang masih mempunyai hubungan saudara.
 - c. *Group Tour* (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.
2. Dari segi kepengaturannya, wisata dibedakan atas:
 - a. *Pre-arranged Tour* (wisata berencana), yaitu suatu perjalanan wisata telah diatur suatu lembaga untuk mengurus perjalanan wisata yang bekerja sama dengan semua instansi terkait.
 - b. *Package Tour* (wisata paket atau paket wisata), merupakan paket-paket wisata guna memberikan kemudahan dalam melakukan perjalanan wisata.
 - c. *Coach Tour* (wisata terpimpin), yaitu suatu paket perjalanan wisata yang dipimpin oleh seorang pemandu wisata dan dilakukan secara rutin.
 - d. *Special Arranged Tour* (wisata khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun sesuai dengan keinginan pelanggannya.
 - e. *Optional Tour* (wisata tambahan atau manasuka), yaitu suatu perjalanan wisata diluar perjanjian dan disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

3. Dari segi maksud dan tujuannya, wisata dibedakan atas:
- a. *Holiday Tour* (wisata liburan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukanguna berlibur dan bersenang-senang.
 - b. *Familiarization Tour* (wisata pengenalan), yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
 - c. *Educational Tour* (wisata pendidikan), perjalanan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjungi, wisata jenis ini disebut juga *study tour*.
 - d. *Scientific Tour* (wisata pengetahuan), yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
 - e. *Pileimage Tour* (wisata keagamaan), yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan.
 - f. *Special Mission Tour* (wisata kunjungan khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya misi dagang, misi kesenian, dan lain-lain.
 - g. *Special Programe Tour* (wisata program khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
 - h. *Hunting Tour* (wisata perburuan), yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan.

4. Dari segi penyelenggaraannya, wisata dibedakan atas:
 - a. Ekskursi (*Excursion*), yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi obyek wisata.
 - b. *Safari Tour*, yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan tujuan maupun obyeknya bukan merupakan obyek kunjungan wisata pada umumnya.
 - c. *Cruise Tour*, yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi obyek-obyek wisata bahari dan obyek wisata di darat.
 - d. *Youth Tour* (wisata remaja), yaitu kunjungan wisata yang khusus diperuntukkan bagi para remaja menurut golongan usia yang ditetapkan oleh hukum negara masing-masing.
 - e. *Marine Tour* (wisata bahari), yaitu suatu kunjungan ke objek wisata, khususnya untuk menyaksikan keindahan laut, *wreck-diving* (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.

2.3 Permintaan Pariwisata

Menurut Douglas (1970) dalam Djijono (2002) permintaan masyarakat terhadap jasa-jasa lingkungan seperti tempat rekreasi alam juga sama dengan permintaan barang dan jasa. Permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang dapat diharapkan, bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat. Oleh karena itu, permintaan terhadap obyek wisata juga dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Sedangkan menurut Morley (1990) dalam Dirgantari (2008) mengemukakan, permintaan pariwisata akan tergantung dari ciri-ciri wisatawan atau tipe wisatawan seperti penghasilan, umur, tingkat pendidikan, motivasi, watak, kewarganegaraan, jenis kelamin, dan kelompok sosial ekonomi. Ciri-ciri ini akan mempengaruhi kecenderungan orang untuk berpergian dan memilih tujuan wisata. Permintaan juga ditentukan oleh sifat-sifat tempat tujuan, perjalanan, daya tarik, harga, dan efektif tidaknya kegiatan pemasaran tempat tujuan.

Knetsch dan Driver (1974) dalam Darusman (1991) mengemukakan bahwa permintaan rekreasi akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi. Perkembangan kebutuhan rekreasi sebagai akibat dari perubahan pola hidup, kenaikan standar hidup, penambahan waktu luang sebagai akibat efisiensi kerja serta kemajuan transportasi, yang semuanya itu berubah sejalan dengan berkembangnya teknologi.

Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Adapun 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: 123). Menurut Archer (1976), Johnson and Ashworth (1990) and Sheldon (1990) (dalam Sinclair dan Stabler, 1997: 37) fungsi permintaan dari pariwisata pada suatu periode waktu tertentu adalah:

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV) \dots \dots \dots (2.3)$$

Keterangan:

- D_{ij} : Permintaan pariwisata dengan daerah asal i untuk daerah tujuan j
- Y_i : Pendapatan pada 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: 139) adalah sebagai berikut.

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. *Size of family* (jumlah orang dalam keluarga)
8. Aksesibilitas

Menurut Yoeti (2008: 123) 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 pendapatanyang erat kaitannya dengan tingkat hidup (*standard of living*) dan intensitas perjalanan (*travel intensity*) yang dilakukan.Semakin besar pendapatan maka 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.

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.

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 memberi kesempatan kepada keluarga ikut melakukan perjalanan wisata, anak dan istri mendampingi suami yang 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.

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. Hal ini disebabkan biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan.

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. Oleh karena itu, citra suatu obyek wisata merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan objek wisata.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pariwisata telah banyak dilakukan sebelumnya tetapi topik ini masih sangat menarik untuk diteliti. Hal ini disebabkan pariwisata merupakan sektor yang sedang berkembang pesat di berbagai daerah di Indonesia. Oleh karena itu, pada bagian ini dibahas beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki topik yang relevan dengan penelitian ini.

Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost*”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Wisata Alam Curug Sewu

Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen. Sedangkan variabel independennya terdiri dari variabel *travel cost* ke Curug Sewu (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain), biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Simpang Lima), umur, pendidikan, penghasilan, dan jarak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keenam variabel yang diamati, hanya dua variabel yang signifikan, yaitu variabel biaya perjalanan dan jarak. Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp. 896.734,9 per individu per tahun atau Rp. 224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung nilai total ekonomi Wisata Alam Curug Sewu sebesar Rp. 12.377.025.750,-. Kemampuan membayar masyarakat atas Wisata Alam Curug Sewu adalah Rp. 224.198,7 per individu per kunjungan masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata, yaitu Rp. 87.652,-.

Bambang Tejo Premono dan Adi Kunarso (2009) melakukan penelitian dengan judul “Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang”. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang: (1) karakteristik pengunjung Taman Wisata Alam Punti Kayu; (2) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kunjungan rekreasi; (3) persamaan permintaan manfaat rekreasi dari Taman Wisata Alam Punti Kayu; (4) valuasi ekonomi Taman Wisata Alam. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan variabel biaya perjalanan ke Taman Wisata Alam Punti Kayu, umur, jenis kelamin, penghasilan, jenis pekerjaan, biaya yang dikeluarkan selama kegiatan rekreasi,

motivasi, dan jenis kendaraan yang digunakan sebagai variabel independennya. Sedangkan variabel dependennya adalah jumlah permintaan pengunjung Taman Wisata Alam Pundi Kayu. Dari hasil penelitian diketahui, karakteristik pengunjung yang terdiri dari usia, jenis kelamin, penghasilan, jenis pekerjaan, biaya yang dikeluarkan selama kegiatan rekreasi, motivasi, dan jenis kendaraan yang digunakan sangat bervariasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan rekreasi adalah biaya perjalanan yang memiliki pengaruh positif terhadap kunjungan, sedangkan faktor jumlah penduduk per kecamatan dan jumlah waktu kerja memiliki pengaruh negatif.

Fanita Osha Tazkia dan Banatul Hayati (2012) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan *Travel Cost*”. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan seberapa besar pengaruhnya biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan terhadap jumlah permintaan obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget; (2) mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget dengan metode biaya perjalanan. Jumlah permintaan obyek wisata oleh individu merupakan variabel dependen. Sedangkan variabel independennya yaitu variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan. Alat analisis yang digunakan

adalah regresi linier berganda dengan menggunakan OLS dan *surplus value* untuk menghitung total ekonomi obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget. Hasil penelitian menunjukkan dua variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Pemandian Air Panas Kalianget, yaitu biaya perjalanan menuju ke Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan rata-rata keluarga per bulan. Nilai surplus ekonomi sebesar Rp 93.895,2 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget sebesar Rp 23.903.443.008,00 per tahun.

Dolina Gitapati dan Bagio Mudakir (2012) melakukan penelitian “Analisis Kunjungan Wisata Obyek Wisata Nglimit Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal”. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh variabel-variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata obyek wisata Nglimit; (2) mengestimasi besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung dengan menggunakan perhitungan surplus konsumen. Pendapatan atau uang saku per bulan, biaya perjalanan ke obyek wisata Nglimit, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Umbul Sidomukti), waktu luang, lama perjalanan, fasilitas, dan keindahan alam merupakan variabel independen. Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan merupakan variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dari tujuh variabel bebas signifikan dan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke Nglimit. Variabel-variabel tersebut yaitu biaya perjalanan, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas dan keindahan alam Nglimit yang dilihat oleh responden. Nilai ekonomi dari obyek wisata ini sebesar Rp 35.453.126.400, estimasi surplus konsumen sebesar Rp 760.960 per tahun per orang.

Jefri A. Mateka, Erlinda Indrayani dan Nuddin Harahap (2013) meneliti tentang “Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke tempat wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang; 3) nilai ekonomi Pantai Balekambang sebagai obyek wisata. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan variabel biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak, dan pengalaman berkunjung sebelumnya sebagai variabel independennya. Sedangkan variabel dependennya adalah jumlah permintaan pengunjung Pantai Balekambang. Variabel jumlah permintaan pengunjung terhadap obyek wisata Pantai Balekambang dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Sempu), variabel pendapatan, dan pengalaman berkunjung sebelumnya menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan pengunjung terhadap obyek wisata Pantai Balekambang. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Pantai Balekambang, variabel umur, variabel pendidikan terakhir, variabel waktu kerja, dan variabel jarak menunjukkan pengaruh negatif terhadap jumlah permintaan pengunjung Pantai Balekambang. Nilai ekonomi wisata Pantai Balekambang dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp 692.880.664.515 per tahun.

NO.	Judul Penelitian, Penulis, Tahun	Tujuan	Dependen dan Independen Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1.	Analisis Permintaan Obyek wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i> , Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004)	Untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (<i>Individual Cost Method</i>)	Variabel Dependen: jumlah kunjungan individu Variabel Independen: <i>travel cost</i> ke Curug Sewu (biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain), biaya ke obyek wisata lain (Simpang Lima), umur pengunjung, pendidikan,	Regresi linier berganda	Variabel biaya perjalanan dan jarak yang signifikan. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke obyek lain (Simpang Lima), umur pengunjung, pendidikan, penghasilan per bulan dan jarak tidak berpengaruh secara signifikan. Nilai ekonomi Curug Sewu sebesar Rp 896.734,9,- per individu atau Rp 224.198,7,- per individu per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi Wisata Alam Curug Sewu sebesar Rp 12.377.025.750,00.

			penghasilan per bulan dan jarak.		
2.	Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang, Bambang Tejo Premono dan Andi Kunarso (2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kunjungan rekreasi 2. Mengetahui persamaan permintaan manfaat rekreasi dari Taman Wisata Alam Punti Kayu 3. Valuasi ekonomi Taman Wisata Alam Punti Kayu 	<p>Variabel Dependen: jumlah kunjungan</p> <p>Variabel Independen: umur, jenis kelamin, penghasilan, jenis pekerjaan, biaya yang dikeluarkan selama kegiatan rekreasi, motivasi dan jenis kendaraan yang digunakan</p>	Regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan ke Taman Wisata Punti Kayu meliputi biaya perjalanan, jumlah penduduk per kecamatan dan jumlah kerja per hari. 2. Model persamaan permintaan berdasarkan metode biaya perjalanan, yaitu $Y = -4,018 + 0,0002428X_1$ dengan $r^2 = 0,767$ 3. Valuasi ekonomi dari Taman Wisata Alam Punti kayu dan surplus konsumen per 1000 penduduk yang masing-masing Rp 365.932,215; Rp 165.485,997, dan Rp 200.446,218.
3.	Analisis Permintaan Obyek Wisata	1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh	<p>Variabel Dependen: jumlah permintaan</p> <p>Variabel Independen:</p>	Regesi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan dua variabel bebas berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke obyek

<p>Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i>, Fanita Osha Tazkia dan Banatul Hayati (2012)</p>	<p>biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget , biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan terhadap permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo.</p> <p>2. Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek Obyek Wisata Pemandian Air Panas</p>	<p>biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan.</p>	<p>wisata Pemandian Air Panas Kalianget yaitu biaya perjalanan menuju ke Pemandian Air Panas Kalianget , dan pendapatan rata-rata keluarga per bulan. Nilai surplus konsumen diperoleh Rp 93.895,2 per individu per satu kali kunjungan sehingga nilai total ekonomi obyek wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar Rp 23.903.443.008,00 per tahun.</p>
---	--	--	---

		Kalianget, dengan metode biaya perjalanan individu			
4.	Analisis Kunjungan Wisata Obyek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal, Dolina Gitapati dan Bagio Mudakir (2012)	<p>1. Menganalisis pengaruh variabel-variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata alam Nglimut Kabupaten Kendal.</p> <p>2. Menganalisis besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek wisata alam Nglimut Kabupaten Kendal dengan menggunakan perhitungan surplus konsumen.</p>	<p>Variabel Dependen: jumlah kunjungan</p> <p>Variabel Independen: pendapatan, biaya perjalanan ke Nglimut, biaya perjalanan ke Umbul Sidomukti, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas-fasilitas, keindahan alam Nglimut.</p>	Regesi linier berganda	Hasil penelitian bahwa lima dari tujuh variabel bebas signifikan dan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke Nglimut, yaitu: variabel biaya perjalanan, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas dan keindahan alam Nglimut yang dilihat oleh responden. Nilai ekonomi obyek wisata alam Nglimut sebesar Rp 35.453.126.400. estimasi surplus konsumen sebesar Rp 760.960 per tahun per orang. Asumsi pengunjung pada tahun 2012 berjumlah 500.000 pengunjung, maka estimasi nilai ekonomi Rp 38 miliar per tahun.

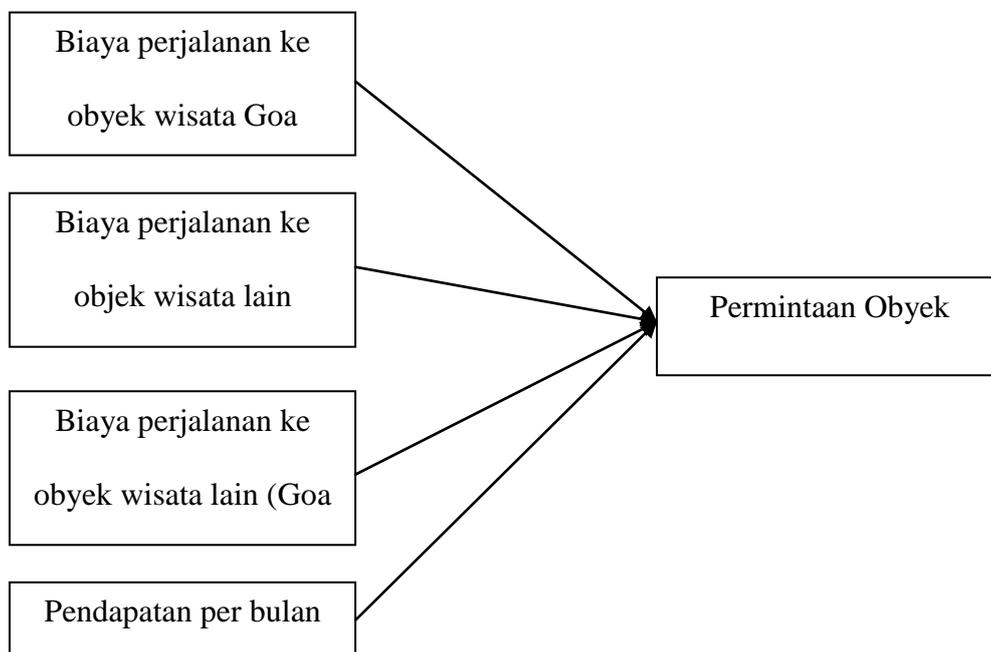
5.	<p>Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur, Jefri A. Mateka, Erlinda Indrayani, Nuddin Harahap (2013)</p>	<p>1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang.</p> <p>2. Untuk mengetahui nilai ekonomi Pantai Balekambang.</p>	<p>Variabel Dependen: jumlah kunjungan</p> <p>Variabel Independen: biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke obyek lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan dan pengalaman berkunjung sebelumnya.</p>	<p>Regresi linier berganda</p>	<p>1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang, sedangkan secara parsial variabel biaya perjalanan ke obyek lain (Sempu), umur, pendapatan dan jarak yang berpengaruh terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang.</p> <p>2. Nilai surplus konsumen sebesar Rp 2.279.539 per individu per satu kali kunjungan sehingga nilai ekonomi Pantai Balekambang sebesar Rp 692.880.664.515.</p>
----	---	---	---	--------------------------------	--

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang, landasan teori dan penelitian terdahulu, permintaan suatu obyek wisata dipengaruhi oleh berbagai variabel. Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk dan variabel independennya yaitu biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending dan Goa Jatijajar), dan pendapatan per bulan.

Gambar 2.4

Kerangka Pemikiran



2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan yang akan diuji kebenarannya dengan fakta yang ada (Jogiyanto, 2010: 40). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan negatif antara biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk terhadap jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.
2. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan negatif antara biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending) terhadap jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.
3. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar) terhadap jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.
4. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara pendapatan per bulan terhadap jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel merupakan operasionalisasi sebuah konsep agar dapat diteliti secara empiris. Sedangkan definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur suatu variabel yang merupakan hasil penjabaran dari sebuah konsep (Wardiyanta, 2010).

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan variabel bebas mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2011: 39).

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk. Sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar dan Pantai Logending) ,dan pendapatan per bulan.

3.1.2 Definisi Operasional

Penentuan variabel pada dasarnya adalah operasionalisasi terhadap konstruk, yaitu upaya mengurangi abstraksi konstruk sehingga dapat diukur. Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang

dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran yang lebih baik (Indriantoro dan Supomo, 2002: 69). Definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Jumlah Permintaan Obyek Wisata Goa Petruk

Jumlah permintaan ke obyek wisata Goa Petruk diukur melalui banyaknya kunjungan wisata yang dilakukan oleh individu ke obyek wisata Goa Petruk selama satu tahun terakhir. Variabel ini diukur berapa kali wisatawan melakukan kunjungan ke obyek wisata Goa Petruk dalam satu tahun.

2. Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Goa Petruk

Variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk Kabupaten Kebumen meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan rupiah.

3. Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain (Pantai Logending)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju obyek wisata lain dalam hal ini adalah obyek wisata Pantai Logending meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan rupiah.

4. Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain (Goa Jatijajar)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju obyek wisata yaitu obyek wisata Goa Jatijajar. Biaya perjalanan ke Goa Jatijajar meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan rupiah.

5. Pendapatan per Bulan

Pendapatan rata-rata per bulan pengunjung obyek wisata Goa Petruk yang bersumber dari pekerjaan utama dan pekerjaan sampingan. Sedangkan bagi yang belum memiliki pekerjaan, pendapatan merupakan uang saku rata-rata perbulan yang diterima. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan rupiah.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 80). Populasi merupakan keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke obyek wisata Goa Petruk.

3.2.2 Sampel

Sampel yaitu himpunan atau kelompok yang lebih kecil yang merupakan bagian dari populasi (Arikunto: 2010). Penggunaan sampel dalam penelitian dapat

dibenarkan apabila jumlah populasi yang tersedia relatif besar. Dengan mempertimbangkan banyaknya jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka dalam penelitian ini dalam menentukan sampel menggunakan formula (Lind (2007) dalam Andrianto (2010)):

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2}^2}{E} \right] \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$: nilai distribusi normal

E : Limit dari besarnya error

Pada penelitian ini menggunakan alpha (α) sebesar 5 persen sehingga dari tabel dapat diketahui $Z_{\alpha/2} = 1,960$ dan limit eror (E) sebesar 20 persen. Berdasarkan persamaan (2.1), jumlah sampel yang diambil $96 \approx 100$ responden. Jumlah tersebut dapat mewakili dari populasi pengunjung Goa Petruk yang tidak diketahui secara pasti.

Responden yang dipilih adalah pengunjung obyek wisata Goa Petruk yang juga berkunjung ke obyek wisata Pantai Logending dan Goa Jatijajar, baik setelah berkunjung ke Goa Petruk maupun sebelum berkunjung ke Goa Petruk. Jika responden tidak berkunjung ke obyek wisata Pantai Logending dan Goa Jatijajar maka tidak dipilih sebagai responden. Hal ini dikarenakan obyek wisata Pantai Logending merupakan obyek komplementer dari obyek wisata Goa Petruk dan Goa Jatijajar sebagai obyek substitusi obyek wisata Goa Petruk.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian dapat dibedakan menurut bentuk atau sifatnya dan menurut sumbernya. Berdasarkan bentuk dan sifatnya, data penelitian dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu data kualitatif (yang berbentuk kata-kata/kalimat) dan data kuantitatif (yang berbentuk angka). Penelitian ini menggunakan data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Namun demikian, dalam proses analisis data dilakukan transformasi data penelitian dari data yang bersifat kualitatif menjadi data kuantitatif. Hal ini dilakukan melalui pengkodean terhadap jawaban responden penelitian. Menurut sumber data, jenis data penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data langsung dari responden melalui pertanyaan secara langsung pada responden penelitian. Sumber data primer pada penelitian ini adalah responden yang merupakan pengunjung obyek wisata Goa Petruk.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat dari pihak lain). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi terhadap data-data yang berkaitan dengan kebijakan dibidang pariwisata terutama yang berhubungan dengan permintaan terhadap obyek wisata Goa Petruk Kabupaten

Kebumen. Seperti dokumen-dokumen, sumber data tertulis, peraturan, laporan serta arsip lain.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Adapun pihak yang menjadi sumber data penelitian adalah pengunjung yang datang ke obyek wisata Goa Petruk. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode-metode berikut.

3.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011: 142). Teknik pengumpulan data yang berupa kuesioner dimaksudkan untuk memperoleh data mengenai permintaan terhadap obyek wisata Goa Petruk serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan peneliti dengan memberikan daftar yang berisi sejumlah pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obyek wisata Goa Petruk.

3.4.2 Dokumentasi

Arikunto (2010: 274) menyatakan bahwa dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, *ledger*, agenda dan sebagainya. Metode dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan karena metode dokumentasi mempunyai nilai pengungkapan terhadap suatu hal, kejadian yang telah didokumentasikan. Metode dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data

sekunder melalui dokumen-dokumen yang ada, seperti halnya jumlah permintaan wisata pada berbagai obyek wisata di Kabupaten Kebumen. Data dokumentasi digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Deteksi Asumsi Klasik

Deteksi asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Deteksi asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.5.1.1 Deteksi Normalitas

Deteksi normalitas dilakukan untuk mengetahui normalitas dari residual pada analisis regresi. Menurut Gujarati (2012) bahwa prosedur pengujian statistik harus didasarkan pada asumsi bahwa faktor kesalahan u_i didistribusikan secara normal, dengan residu e_i sebagai taksiran dari u_i . Melalui pendapat tersebut dapat dipahami bahwa deteksi normalitas dalam deteksi asumsi klasik pada analisis regresi dilakukan dengan menguji normalitas distribusi kesalahan yang ditaksir melalui nilai residu terstandar hasil analisis regresi.

Deteksi normalitas merupakan deteksi yang digunakan untuk mengetahui normalitas dari distribusi data. Dengan kata lain, deteksi normalitas sebaran dimaksudkan untuk mengetahui apakah data dari variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Data yang memiliki distribusi normal dapat diartikan memiliki sebaran yang normal sehingga dianggap dapat mewakili populasi.

Ada beberapa uji untuk dapat mengetahui normal atau tidaknya, antara lain uji statistic non parametik Kolmogorof-Smirnov. Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah dengan membandingkan sig. dengan alpha. Jika sig. > alpha maka nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal (Suliyanto, 2011: 75).

3.5.1.2 Deteksi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah salah satu penyimpangan dalam asumsi klasik dimana dalam kondisi tertentu tiap unsur *disturbance* atau pengganggu (μ_i) mengandung varian (σ^2) yang tidak konstan. Asumsi penting dalam model regresi linier klasik adalah pada kondisi tertentu varian tiap unsur pengganggu adalah angka konstan, dengan rumus sebagai berikut.

$$E(\mu_i^2) = \sigma^2 \quad i = 1, 2, \dots, N \dots \dots \dots (3.1)$$

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *White Test* karena tidak bergantung asumsi normalitas dan mudah untuk diimplementasikan (Gujarati, 2012). Uji heteroskedastisitas menggunakan uji White dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas, variabel bebas kuadrat dan perkalian (interaksi) variabel bebas terhadap nilai residual kuadratnya. Jika nilai X^2 hitung lebih besar dari X^2 tabel dengan $Df = \alpha$, jumlah variabel bebas, maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas. Namun jika nilai X^2 hitung lebih kecil dari X^2 tabel dengan $Df = \alpha$, jumlah variabel bebas, maka dalam model bebas masalah heteroskedastisitas. Nilai X^2 hitung dalam metode ini diperoleh dari $n \times R^2$, dimana n = jumlah pengamatan, sedangkan R^2 koefisien determinasi regresi tahap kedua (Suliyanto, 2011: 107).

3.5.1.3 Deteksi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana salah satu atau lebih variabel independen memiliki kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Cara langsung mendeteksi multikolinearitas adalah dengan menghitung koefisien korelasi antara variabel bebas. Koefisien korelasi yang dihitung dapat bersifat *pairwise correlation (zero order correlation)*. Menurut Gujarati (2012), salah satu cara untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah melalui nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai toleransi kurang dari 0,1 atau nilai VIF melebihi 10 maka hal tersebut menunjukkan bahwa multikolinearitas adalah masalah yang pasti terjadi antar variabel bebas. Adapun langkah-langkah pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut.

1. Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).
 - a. H_0 : Toleransi $< 0,1$; VIF > 10 , artinya terdapat multikolinearitas antar variabel bebas
 - b. H_a : Toleransi $> 0,1$; VIF < 10 , artinya tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas
2. Melakukan regresi antar variabel bebas.

Dengan bantuan program komputer SPSS, dapat dilakukan regresi dengan identifikasi *colinearity diagnostic*.
3. Melihat nilai toleransi dan VIF masing-masing variabel bebas.
4. Menarik kesimpulan.

Dari nilai toleransi dan VIF dapat diketahui apakah H_0 diterima atau ditolak.

3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Model analisis yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Secara matematis hubungan tersebut dapat diformulasikan sebagai berikut.

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4) \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan:

Y : Permintaan terhadap Obyek Wisata Goa Petruk

X₁ : Biaya Perjalanan ke Goa Petruk

X₂ : Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain (Pantai Logending)

X₃ : Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain (Goa Jatijajar)

X₄ : Pendapatan per Bulan

Hubungan fungsional tersebut mendefinisikan ketergantungan variabel terikat dengan variabel bebas. Dengan kata lain, perubahan dari variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat, dengan asumsi bahwa fungsi $Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4)$ adalah linier. Untuk menentukan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan terhadap Obyek Wisata Goa Petruk digunakan analisis regresi linier berganda. Dengan demikian, persamaan regresi berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots\dots\dots(3.5)$$

Keterangan:

Y : Permintaan terhadap Obyek Wisata Goa Petruk

X₁ : Biaya Perjalanan ke Goa Petruk

X_2 : Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain (Pantai Logending)

X_3 : Biaya Perjalanan ke Obyek Wisata Lain (Goa Jatijajar)

X_4 : Pendapatan per Bulan

β_0 : Konstanta

β_1 - β_4 : Koefisien regresi variabel independen

e : Standar eror

Adapun pengujian yang digunakan menyangkut analisis regresi berganda adalah sebagai berikut.

3.5.1.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan atau tidak dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Jika F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} berarti terdapat pengaruh signifikan dari variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending), biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar), dan pendapatan per bulan secara bersamaan terhadap variabel permintaan obyek wisata Goa Petruk. Demikian pula sebaliknya, jika F_{hitung} lebih kecil daripada F_{tabel} maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending), biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar), dan pendapatan per bulan secara bersamaan terhadap variabel permintaan objek wisata Goa Petruk. Tahap-tahap pada uji F sebagai berikut:

1. Formulasi hipotesis H_0 dan H_a

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ diduga secara simultan $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y .
- $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ diduga secara simultan $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y .

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

3. Kriteria pengujian, dengan syarat:

- Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian ada pengaruh dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
- Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan demikian tidak ada pengaruh dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

3.5.1.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan atau tidak dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Jika t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} berarti terdapat pengaruh signifikan dari variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending), biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar), dan pendapatan per bulan secara individual terhadap variabel permintaan obyek wisata Goa Petruk. Demikian pula sebaliknya, jika t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} berarti tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Petruk, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending), biaya

perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar), dan pendapatan per bulan secara individual terhadap variabel permintaan obyek wisata Goa Petruk. Pengujian ini dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Formulasi hipotesis dalam penelitian ini:

a. Variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Goa petruk

- $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke obyek wisata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan wisata obyek wisata Goa Petruk.
- $H_a : \beta_1 < 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke obyek wisata memiliki pengaruh negatif terhadap variabel jumlah permintaan wisata obyek wisata Goa Petruk.

b. Variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Pantai Logending)

- $H_0 : \beta_3 = 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.
- $H_a : \beta_3 < 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.

c. Variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Goa Jatijajar)

- $H_0 : \beta_2 = 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.

$H_a : \beta_2 > 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain memiliki pengaruh positif terhadap variabel jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.

d. Variabel pendapatan per bulan

- $H_0 : \beta_5 = 0$, artinya variabel pendapatan per bulan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.
- $H_a : \beta_5 > 0$, artinya variabel pendapatan per bulan memiliki pengaruh positif terhadap variabel jumlah permintaan obyek wisata Goa Petruk.

2. Kriteria pengujian

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya suatu variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya suatu variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.5.1.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya varian variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel bebas. Pada hakikatnya nilai R^2 dapat bervariasi antara 0 sampai 1. Semakin dekat R^2 dengan 1, maka semakin tepat regresi untuk meramalkan permintaan obyek wisata Goa Petruk, dan hal ini menunjukkan hasil estimasi keadaan yang sebenarnya. Apabila R^2 sama dengan 0, maka model yang digunakan tidak menjelaskan sedikitpun variasi dari nilai Y. Apabila R^2 sama dengan 1, maka model yang digunakan menjelaskan 100 persen variasi dari nilai Y atau terjadi kecocokan sempurna.