

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT KUNJUNGAN KE
KOLAM RENANG BOJA**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**MELISA ANINDITA
NIM. 12020110110050**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Melisa Anindita
Nomor Induk Mahasiswa : 12020110110050
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Ilmu Ekonomi dan Studi
Pembangunan
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT KUNJUNGAN
KE KOLAM RENANG BOJA**
Dosen Pembimbing : Drs. H. Edy Yusuf AG, M.Sc., Ph.d

Semarang, 27 Januari 2015

Dosen Pembimbing,

Drs. H. Edy Yusuf AG, M.Sc., Ph.d

NIP. 195811221984031002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Astri Winarti, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam Renang Boja**”, 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 penulisan lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/ atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, 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, 27 Januari 2015

Yang membuat pernyataan,

Melisa Anindita

NIM: 12020110110050

ABSTRACT

Swimming pool is one of the interesting sights in Kendal. It's located in regency of Kendal sub Boja. There are 3 swimming pools, large, medium and small pools. The swimming pool contributed the lowest income on PAD compared to others Kendal Attractions such as Waterfalls Curug Sewu and Sendang Sikucing that managed by the Government. This happens due to a lack of facilities in the pool such as damaged roads and lack of public transportation passing through the front of the Pool.

This research aims to analyze several factors that influence the rate of Visits to the Pools.the Methods of analysis that used in this study is the analysis of multiple linear regression or Ordinary Least Squares (OLS). The data that being used are the primary data with 50 respondents.

The results of this research showed that the income variable influence positive and significant effect on the rate of visits to the pool, And the variable cost of travel and insignificant gave negative effect on the rate of visits to a swimming pool , variable facility gave positive effect and does insignificantly to the level of a visit to the swimming pool And, variable ticket prices gave influential positive and insignificant to the level of a visit to the swimming pool.

Keywords: traffic levels, income, Other Attractions ticket prices and Boja Swimming Pool

ABSTRAK

Kolam Renang Boja merupakan salah satu objek wisata menarik dan cukup lengkap yang terdapat di Kabupaten Kendal, Kecamatan Boja. Dimana terdapat 3 kolam renang, yaitu kolam renang berukuran besar, sedang dan kecil. Kolam Renang Boja merupakan penyumbang pendapatan terendah terhadap PAD Kabupaten Kendal jika dibandingkan dengan Objek Wisata Air Terjun Curug Sewu dan Pantai Sendang Sikucing yang dikelola oleh pemerintah. Hal ini terjadi karena minimnya fasilitas yang ada di Kolam Renang Boja dan akses perjalanan ke Kolam Renang Boja yang belum memadai seperti jalan yang rusak dan tidak adanya angkutan umum yang melewati depan Kolam Renang Boja.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda atau *Ordinary Least Squares (OLS)*. Data yang digunakan adalah data primer dengan 50 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, variabel lama perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, variabel fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, variabel harga tiket objek wisata lain berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.

Kata Kunci : Tingkat Kunjungan, Pendapatan, Harga Tiket Objek Wisata Lain dan Kolam Renang Boja

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat, hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sampai saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam Renang Boja”** sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro dengan baik.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, banyak pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, bantuan, dorongan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hadi Sasana, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
2. Bapak Drs. H. Edy Yusuf AG. M.sc. P.hd, selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingan, solusi, kesabaran, dan waktu yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Darwanto SE, M.Si, selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu dalam kegiatan akademis selama penulis belajar di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan.
4. Para Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan S1 di Universitas Diponegoro.
5. Keluarga penulis, Papah Hok, Alm. Mamah Tan Ui Yan dan Alm. Engkong Tan Wik Syok, Terimakasih atas perjuangan, kepercayaan, dukungan, materi,

kasih sayang, dan doa yang selalu diberikan kepada penulis. Semoga Tuhan Yesus membalas semua kebaikan kalian dan menempatkan Mamah dan Engkong di tempat yang terindah. Amin.

6. Wak Ling, Ik Nana, Ik Hiang, Pek Lok, Ku. Wawan, Ku. Hoho, dan Ku. Gio Terimakasih telah mendukung dalam hal materi dan motivasi kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah. Semoga Tuhan membalas kebaikan kalian.
7. Papi (Gani Semidjadi) dan Mami (Megawati Yuwono), jie Joice, Jie Ellen, Ko Nino dan Ko Nata Terimakasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
8. Betania Sitanggang, SH dan Nana Desi Natalia sahabat terbaik penulis yang selalu menemani dalam suka dan duka. Semoga kita selalu bersama selamanya. Amin.
9. Astri Winarti. Terimakasih telah memotivasi dan membimbing penulis menuju jalan yang benar sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Hani Agustina. Terimakasih telah menjadi teman yang sangat baik, selalu membantu penulis ketika dalam kesusahan mengerjakan tugas kuliah.
11. Teman-teman penulis, Ichy Riskia Hadinata, Rhino Sebastian, Retha, Bianka, Vista Eviana, Anis Dwiasti, Itha Setyaningrum, Shintatya Maharani, Ririn Caterin dan Dhadhang Hermawan. Terimakasih kalian selalu menghibur penulis dan menjadikan hidup penulis lebih berwarna.

12. Teman-teman IESP 2010, Terimakasih telah menjadi bagian dari kehidupan penulis dan membuat suasana kuliah menjadi berwarna selama 4 tahun di bangku perkuliahan.
13. Terakhir untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan bantuannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang akan digunakan demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap dengan selesainya skripsi ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi teman-teman dan pembaca lainnya.

Semarang, 27 Januari 2015

Penulis

Melisa Anindita

NIM 12020110110050

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Permintaan Ekonomi	10
2.1.2 Permintaan Pariwisata	10
2.1.3 Pariwisata.....	14
2.1.4 Jenis-Jenis Pariwisata	16
2.1.5 Industri Pariwisata	21
2.1.6 Daya Tarik Wisata	25
2.1.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Pariwisata	26
2.1.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata	36
2.1.9 Hal-Hal yang Dapat Menarik Tingkat Kunjungan ke Suatu Tempat Daerah Tujuan Wisata	40
2.1.10 Pilihan Strategik	40
2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.3 Kerangka Pemikiran	44
2.4 Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel	47
3.2 Jenis dan Sumber data	48
3.3 Metode Pengumpulan data	49
3.4 Metode Analisis.....	49
3.4.1 Regresi Linier Berganda.....	50
3.4.2 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	50
3.4.3 Uji Statistik	52
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	57

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.2 Analisis Data	68
4.3 Interpretasi Hasil	77
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Retribusi Objek Wisata di Kabupaten Kendal terhadap PAD tahun 2009-2013 (rupiah)	5
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Kolam Renang Boja tahun 2009-2013 (orang)	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Kendal 2001-2010	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status	62
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	63
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Alat transportasi	64
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan	66
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Lama Perjalanan	66
Tabel 4.11 Responden Berdasarkan Fasilitas	67
Tabel 4.12 Deteksi Normalitas	68
Tabel 4.13 Deteksi Autokorelasi	69
Tabel 4.14 Deteksi Multikolinearitas	70
Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Perubahan Harga Tiket Dalam Konsumsi Pariwisata	27
Gambar 2.2 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya.....	29
Gambar 2.3 Tempat Tujuan Wisata sebagai Barang Komplementer.....	31
Gambar 2.4 Tempat Tujuan Wisata sebagai Barang Substitusi	33
Gambar 2.5 Konsumsi Pariwisata dan Waktu Senggang.....	34
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Kendal	59

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran A Hasil Regresi Linear Berganda.....	91
Lampiran B Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	93
Lampiran C Data Mentah Responden.....	95
Lampiran D Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran E Foto.....	103
Lampiran F Surat Ijin Penelitian.....	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang penting bagi suatu negara. Dengan pariwisata, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Pengertian secara umum dan sederhana dapat dilengkapi dengan pengertian menurut beberapa ahli. Menurut Koen Meyers, pariwisata adalah aktifitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk mencari nafkah atau menetap melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu dan mengisi waktu senggang.

Menurut Salah Wahab dalam Oka A. Yoeti (2008), pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Menurut Yoeti (2008), Pariwisata berasal dari dua kata, yakni Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka

kata "Pariwisata" dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan "Tour".

Indonesia mempunyai prospek yang cerah terutama prospek di bidang wisata alam. Potensi keanekaragaman hayati maupun sosio-kultural yang ada menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan baik wisatawan dalam negeri maupun wisatawan asing. Keberadaan produk wisata yang ada disuatu kawasan wisata akan sangat menentukan pengembangan kepariwisataan tersebut. Namun demikian, dalam pengembangan kawasan pariwisata ada beberapa aspek yang harus dipertimbangkan agar tujuan pengembangan tidak merusak eksistensi kawasan dan aspek sosial, ekonomi, serta budaya dapat berjalan seimbang. Aspek-aspek tersebut meliputi obyek dan daya tarik, amenitas, dan aksesibilitas (Fandeli dan Kaharuddin, 2003).

Sebagai sektor strategis nasional, pariwisata mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktifitas pariwisata baik yang sifatnya langsung berupa penyerapan tenaga kerja disektor pariwisata maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti penginapan, rumah makan, jasa penukaran uang dan lain-lain. Kondisi ini dapat ditemui pada hampir setiap daerah yang memiliki potensi pariwisata seperti Bali, Magelang, Jogjakarta, Solo, Tanah Toraja, Semarang dan lain-lain.

Saat ini mulai terjadi pergeseran pariwisata ke bentuk pariwisata yang lebih berkualitas. Pariwisata minat khusus menjadi pilihan wisatawan karena adanya kejenuhan pariwisata massal. Salah satu bentuk pariwisata minat khusus

adalah pengembangan pariwisata berbasis alam dan ekowisata. Wisata alam merupakan salah satu obyek wisata yang paling digemari oleh para wisatawan. Produk wisata ini merupakan pemanfaatan wilayah hutan dan jenis rekreasi alam terbuka yang pada saat ini mungkin akan menjadi tren kehidupan bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan hiruk pikuk lingkungan suasana perkotaan di samping wahana piknik yang mendidik sekaligus menarik pendapatan pengelolanya (Fandeli, 2002).

Kabupaten Kendal sebagai salah satu kabupaten di Jawa Tengah memiliki sektor pariwisata yang merupakan salah satu sektor yang strategis dan potensial untuk dikembangkan, mengingat potensi obyek wisata yang dimiliki Kabupaten Kendal sangat beragam meliputi obyek wisata daerah pantai, dataran rendah sampai daerah pegunungan di beberapa Kecamatan. Dengan diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004 dan UU No.33 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, memberi tanggung jawab dan tuntutan yang lebih besar untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki demi pembangunan di daerah. Melalui “Kendal Tuan Rumah Yang Baik Bagi Wisatawan”, Kabupaten Kendal berusaha untuk mewujudkan harapan besar yaitu sebagai daerah tujuan wisata. Beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Kendal yaitu objek wisata alam seperti Air Terjun Curug Sewu, Pantai Sendang Sikucing di Kecamatan Rowosari, Wisata Alam Nglimut di Kecamatan Limbangan, Kolam Renang Boja di Kecamatan Boja, Pantai Jomblom di Kecamatan Cepiring dan Goa Kiskendo di Kecamatan Singorojo. Dari beberapa

objek wisata yang ada di Kabupaten Kendal, hanya tiga objek wisata yang dikelola oleh Pemerintah yaitu Air Terjun Curug Sewu dan Pantai Sendang Sekucing dan Kolam Renang Boja. Sedangkan objek wisata lainnya dikelola oleh swasta.

Kolam Renang Boja merupakan salah satu objek wisata yang menarik dan cukup lengkap dimana disana terdapat tiga kolam renang, diantaranya kolam renang berukuran besar, sedang dan kecil. Kolam berukuran besar biasanya digunakan untuk penyelenggaraan kejuaraan renang dan untuk umum biasanya digunakan oleh orang – orang dewasa yang sudah bisa berenang. Kolam berukuran sedang digunakan untuk belajar berenang dan untuk orang – orang atau anak yang belum bisa berenang. Sedangkan kolam renang yang berukuran kecil digunakan untuk para balita yang ingin bermain air. Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Kolam Renang Boja penyumbang pendapatan terendah terhadap PAD Kabupaten Kendal bila dibandingkan dengan Objek Wisata Air Terjun Curug Sewu dan Pantai Sendang Sikucing yang dikelola oleh pemerintah.

Tabel 1.1
Retribusi Objek Wisata di Kabupaten Kendal Terhadap PAD
Tahun 2009-2013 (rupiah)

Objek Wisata	2009	2010	2011	2012	2013
Air Terjun Curug Sewu	166.594.000	209.701.000	267.039.000	242.000.000	255.557.000
Pantai Sendang Sikucing	171.760.000	80.187.000	88.841.000	79.879.500	92.533.000
Wisata Alam Nglimut	90.463.000	79.750.000	84.549.000	78.400.000	88.439.000
Kolam Renang Boja	64.000.000	95.119.000	75.601.000	74.500.000	59.571.000
Goa Kiskendo	62.800.000	10.558.000	15.833.000	12.500.000	16.101.000
Pantai Jomblom	15.750.000	12.374.000	10.904.000	10.320.000	9.380.000
Retribusi RM & Hotel	9.150.000	12.506.000	14.343.000	13.750.000	19.462.000
Total	606.017.000	530.512.000	584.024.000	539.849.000	568.494.000

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

Tabel 1.1 menunjukkan retribusi PAD Kolam Renang Boja mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2013 mengalami penurunan sebesar Rp 14.929.000. Pada tahun yang sama Kolam Renang Boja berada pada posisi keempat dibandingkan dengan objek wisata yang lain. Retribusi Kolam Renang Boja cukup rendah jika dibandingkan dengan objek wisata Air Terjun Curug Sewu dan Pantai Sendang Sikucing. Hal ini terjadi karena minimnya fasilitas yang tersedia di Kolam Renang Boja. Dan juga karena akses ke daerah Kolam Renang Boja yang belum memadai, seperti jalanan yang rusak, tidak adanya angkutan umum yang lewat di depan Kolam Renang Boja.

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung Kolam Renang Boja
Tahun 2009-2013 (orang)

No	Uraian	2009	2010	2011	2012	2013
1	Air Terjun Curug Sewu	149.660	57.800	71.309	69.216	78.346
2	Pantai Sendang Sikucing	59.660	47.587	50.780	54.370	56.552
3	Kolam Renang Boja	43.529	11.524	18.736	21.457	21.785

Sumber : BPS dan Pengelola Kolam Renang Boja, diolah

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan ke Kolam Renang Boja lebih rendah jika dibandingkan dengan Objek Wisata Curug Sewu dan Pantai Sendang Sikucing.

1.2 Rumusan Masalah

Kolam Renang Boja merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Kendal yang dikelola oleh pemerintah. Objek wisata ini menyajikan objek wisata air yang berupa kolam renang, permainan anak dan taman bermain. Jika dilihat retribusinya terhadap PAD Kabupaten Kendal, objek wisata ini memiliki retribusi yang cukup rendah jika dibandingkan dengan objek wisata lainnya di Kabupaten Kendal, misalnya Air Terjun Curug Sewu dan Pantai Sendang Sikucing.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pendapatan individu wisatawan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja ?
2. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja ?
3. Bagaimana pengaruh lama perjalanan menuju Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja ?

4. Bagaimana pengaruh fasilitas yang terdapat di Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja ?
5. Bagaimana pengaruh harga tiket masuk objek wisata lain terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini, antara lain:

1. Menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan individu terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
2. Menganalisis bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
3. Menganalisis bagaimana pengaruh lama perjalanan menuju Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
4. Menganalisis bagaimana pengaruh fasilitas yang terdapat di Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
5. Menganalisis bagaimana pengaruh harga tiket objek wisata lain terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
6. Menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan harga tiket masuk objek wisata lain terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pengelola Kolam Renang Boja untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke Kolam Renang Boja
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Hasil dan Analisis, serta Penutup. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan pada penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian teori-teori yang dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu yang mendukung penelitian, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan

untuk menganalisis dan memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan deskripsi objek penelitian, analisis data penelitian dan pembahasan yang menjelaskan estimasi serta interpretasi hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan keterbatasan dalam penelitian, serta saran-saran yang direkomendasikan kepada pihak-pihak tertentu yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 Permintaan Ekonomi

Permintaan ekonomi adalah keinginan dan kesanggupan seseorang pengguna untuk mendapat sesuatu barang pada suatu tingkat harga dalam suatu jangka masa tertentu. Seperti kita ketahui dalam Oka A. Yoeti (2008), dalam ilmu ekonomi hukum permintaan (*demand*) mengatakan bahwa ada hubungan timbal balik antara harga dengan permintaan. Jika harga suatu barang atau jasa naik, sedangkan harga barang - barang dan jasa lainnya tetap sama, maka konsumen cenderung melakukan substitusi, menggantikan barang yang harganya naik dengan barang lain (yang mempunyai fungsi sama) yang harganya relatif lebih murah. Misalnya bila wisata batik tarifnya naik, maka konsumen memilih wisata pantai.

2.1.2 Permintaan Pariwisata

Menurut McEarchen (2000) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Sedangkan menurut Nophirin (dalam Irma Afia Salma dan Indah Susilowati, 2004) permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi atas dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud *Potential demand*

adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata (karena memiliki waktu luang dan tabungan relatif cukup). Sedangkan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu. Kedua bentuk permintaan ini perlu mendapat perhatian dalam perencanaan kegiatan promosi untuk menarik wisatawan berkunjung pada suatu DTW tertentu (Oka A. Yoeti, 2008).

1.) *General Demand Factors*

Secara umum, permintaan terhadap barang dan jasa industri pariwisata banyak tergantung dari hal-hal sebagai berikut, antara lain adalah:

a. *Purchasing Power*

Kekuatan untuk membeli banyak ditentukan oleh disposable income (pendapatan yang siap dibelanjakan) yang erat kaitannya dengan tingkat hidup dan intensitas perjalanan yang dilakukan. Semakin tinggi pendapatan yang bebas digunakan seseorang, maka semakin besar kemungkinan seseorang melakukan perjalanan wisata yang diinginkannya.

b. *Demographic Structure and Trends*

Permintaan terhadap produk industri pariwisata ditentukan oleh besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk, serta struktur usia penduduk. Jumlah penduduk yang banyak, tetapi pendapatan perkapitanya kecil maka kesempatan melakukan perjalanan wisata juga kecil. Penduduk yang masih muda dengan pendapatan relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya ketimbang penduduk yang berusia pensiun.

c. *Sosial and Cultural Factors*

Industrialisasi tidak hanya menghasilkan struktur pendapatan masyarakat yang tinggi, juga yang meningkatkan pemerataan pendapatan dalam masyarakat sehingga waktu senggang meningkat dan ada liburan yang dibayar membuat orang-orang berkecenderungan sering melakukan perjalanan wisata ke DTW yang mereka inginkan.

d. *Travel Motivation and Attitudes*

Motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungannya dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya. Masih eratnya hubungan kekeluargaan masyarakat dan sering melakukan saling berkunjung satu dengan yang lain sehingga meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.

e. *Opportunities to travel and Tourism Marketing Intensity*

Adanya *Meeting, Incentive, Convention* dan *Exhibition (MICE)* membuat kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata tidak hanya karena biaya perjalanan yang ditanggung perusahaan, juga memberi kesempatan kepada keluarga ikut melakukan perjalanan wisata.

2.) *Factors Determining Specific Demand*

Faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi adalah sebagai berikut :

a. Harga

Dalam kepariwisataan berlaku *price differentiation* secara umum sebagai suatu strategi dalam pemasaran. Faktor harga sangat menentukan dalam persaingan antara sesama tour operator. Bila perbedaan dalam fasilitas tidak begitu

berbeda, calon wisatawan akan lebih suka memilih harga paket wisata yang lebih murah.

b. Daya tarik wisata

Pemilihan daerah tujuan wisata lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, apakah sesuai dengan keinginan. Misalnya daya tarik orang ingin ke Yogyakarta karena ingin melihat candi Borobudur dan candi Prambanan, serta menyaksikan Sendratari Ramayana dan bukan untuk melihat Jalan Malioboro.

c. Kemudahan Berkunjung

Kemudahan transportasi ke DTW yang akan dikunjungi akan mempengaruhi pilihan wisatawan. Biasanya, tersedianya prasarana yang memadai akan menjadi pilihan bandara yang bersih dan nyaman, jalan yang tidak berlubang-lubang menuju objek wisata, tersedia listrik dan air bersih yang cukup di hotel mereka menginap.

d. Informasi dan Layanan Sebelum Kunjungan

Faktor *Tourist Information Service* sangat penting untuk diketahui wisatawan karena dapat menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang akan dipakai, waktu dan apa saja yang perlu dibawa, pelayanan pemesanan tiket, perpanjangan visa, penukaran valuta asing dan sebagainya. Semuanya ini penting untuk menentukan pilihan bagi wisatawan apakah ia akan menentukan pilihan berkunjung pada DTW tersebut atau tidak.

e. Citra

Wisatawan memiliki kesan dan impian tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Apakah jika berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata tertentu akan menemukan seperti yang dibayangkan, dan terhindar dari pikiran negatif seperti ancaman gempa atau bom. Oleh sebab itu suatu obyek wisata harus memiliki citra yang bagus di mata wisatawan.

2.1.3 Pariwisata

Menurut UU No.9 tahun 1990 Tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah sebagai berikut :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek atau daya tarik.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut.
4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa.

Menurut Salah Wahab dalam Oka A Yoeti (2008), Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu

mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan (Purwanto dalam Sobari, 2006), yaitu:

1. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan proteksi terhadap sumberdaya alam yang menjadi daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut.
3. Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif.
4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Dengan demikian, menurut Meutia dalam Prihatna Sobari (2006), pengembangan pariwisata (yang berkelanjutan) perlu didukung dengan perencanaan yang matang dan harus mencerminkan tiga dimensi

kepentingan, yaitu industri pariwisata, daya dukung lingkungan (sumber daya alam), dan masyarakat setempat dengan sasaran untuk peningkatan kualitas hidup.

2.1.4 Jenis-jenis Pariwisata

Walaupun banyak jenis wisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, menurut James J. Spillane (1987 : 28-31) dapat juga dibedakan adanya beberapa jenis pariwisata khusus sebagai berikut :

a. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Pariwisata untuk menikmati perjalanan dilakukan untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi keingintahuan, mengendorkan ketegangan saraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, dan mendapatkan kedamaian.

b. Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Pariwisata untuk rekreasi dilakukan sebagai pemanfaatan hari-hari libur untuk beristirahat, memulihkan kesegaran jasmani dan rohani dan menyegarkan 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.

c. Pariwisata Untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Pariwisata untuk kebudayaan ditandai serangkaian motivasi seperti keinginan belajar di pusat riset, mempelajari adat-istiadat, mengunjungi monumen bersejarah dan peninggalan purbakala dan ikut festival seni musik, teater, tarian rakyat, pusat-pusat kesenian dan keagamaan.

d. Pariwisata Untuk Olah Raga (*Sports Tourism*)

Pariwisata untuk olahraga dibagi menjadi dua kategori :

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

e. Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli teori, perjalanan pariwisata ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada seseorang untuk memilih tujuan maupun waktu perjalanan. Pariwisata ini juga untuk urusan usaha dagang umumnya dilakukan para pengusaha atau industrialis antara lain mencakup kunjungan ke pameran dan instalasi teknis.

f. Pariwisata Untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*)

Pariwisata untuk berkonvensi berhubungan dengan konferensi, simposium, sidang dan seminar internasional. 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 di negara yang mengadakan konvensi. Negara yang sering mengadakan konvensi akan mendirikan bangunan-bangunan yang menunjang diadakannya pariwisata konvensi.

Ada berbagai macam bentuk perjalanan pariwisata menurut Gamal Suwanto (2004:14-17) bila ditinjau dari berbagai macam segi, yaitu :

1. Dari segi jumlahnya wisata dibedakan atas :
 - a. *Individual Tour* (wisatawan perseorangan) yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau pasangan suami-istri.
 - b. *Family Group Tour* (wisata keluarga) yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan.
 - c. *Group Tour* (wisata rombongan) yaitu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dan dipimpin oleh seseorang.
2. Dari segi pengaturannya wisata dibedakan atas :
 - a. *Pre-arranged Tour* (wisata berencana) yaitu suatu perjalanan wisata yang telah diatur pada jauh hari sebelumnya.
 - b. *Package Tour* (wisata paket atau paket wisata) yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan.
 - c. *Coach Tour* (wisata terpinpin) yaitu paket perjalanan ekskursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata.
 - d. *Special Arranged Tour* (wisata khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan wisatawan atau lebih sesuai dengan kepentingan wisatawan.

- e. *Optional Tour* (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. *Holiday Tour* (wisata liburan) yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri.
 - b. *Familiarization Tour* (wisata pengenalan) yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaan.
 - c. *Educational Tour* (wisata pendidikan) yaitu suatu perjalan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjungi.
 - d. *Scientific Tour* (wisata pengetahuan) yaitu perjalan 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 progam khusus) yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
 - g. *Hunting Tour* (wisata perburuan) yaitu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan sebagai hiburan.

Jenis-jenis pariwisata ditinjau dari obyek yang dikunjungi, diantaranya adalah:

1. Wisata Alam, yaitu kegiatan mengunjungi suatu obyek wisata yang berupa keindahan alam antara lain pegunungan, pantai, lembah, dsb.
2. Wisata Budaya, didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka (karakteristik suatu komunitas).
3. Wisata Agama, adalah dimana seseorang atau sekelompok orang yang bepergian ke suatu daerah dengan memiliki tujuan untuk mengunjungi tempat-tempat religious yang sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing seperti tempat ibadah, ziarah ke makam ataupun ke tempat-tempat keramat.
4. Wisata Ziarah, bisa dikatakan sebagai salah satu bagian dari wisata religi, bahkan pengertian wisata ziarah hampir sama dengan pengertian wisata religi, yaitu menitikberatkan pada keagamaan dan mengunjungi tempat-tempat keagamaan, perjalanan secara fisik ini mencerminkan perjalanan spiritual.
5. Wisata Belanja, kegiatan mengunjungi tempat atau pusat-pusat penjualan barang/produk.
6. Wisata Satwa, biasanya menunjukkan hewan dalam habitat alamiah mereka.
7. Wisata Sejarah, umumnya berupa kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap bersejarah.
8. Wisata Arkeologi, berkenaan dengan situs-situs arkeologi, museum, candi dan tempat yang memiliki peninggalan arkeologi.

2.1.5 Industri Pariwisata

Christie Mill dan Marrison dalam Oka A. Yoeti (2008) mengatakan bahwa “Pariwisata merupakan suatu gejala atau fenomena yang sukar dijelaskan. Bisa salah mengartikan pariwisata sebagai suatu industri, karena ide sebenarnya untuk memberikan satu kesatuan ide tentang pariwisata itu, sehingga dengan demikian kesannya dilihat dari sudut pandang politis dan ekonomis akan lebih menarik dan mendapatkan dukungan orang banyak”.

Gambaran pariwisata sebagai suatu industri diberikan hanya untuk menggambarkan pariwisata secara kongkrit, dengan demikian dapat memberikan pengertian yang lebih jelas. Jadi industri pariwisata itu lebih banyak bertujuan untuk meyakinkan orang-orang bahwa pariwisata itu memberikan dampak positif dalam perekonomian, terutama dampak dari multiplier effect yang ditimbulkannya. Pariwisata sebagai suatu industri tidak seperti industri manufaktur yang diketahui, tapi industri pariwisata tidak berdiri sendiri dan lebih bersifat tidak berwujud, itu pula industri pariwisata disebut sebagai industri tanpa cerobong asap (smokeless industry) (Oka A. Yoeti, 2008).

Ada beberapa ciri-ciri industri pariwisata menurut Oka A. Yoeti (2008) yaitu:

1. *Service Industry*

Pariwisata disebut sebagai industri jasa. Seperti kita ketahui, masing-masing perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa (*service industry*) yang masing-masing bekerja sama menghasilkan produk

(*good and service*) yang dibutuhkan wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya pada suatu DTW.

2. *Labor Intensive*

Yang dimaksudkan dengan *labor intensive* pariwisata sebagai suatu industri banyak menyerap tenaga kerja.

3. *Capital Intensive*

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

4. *Sensitive*

Industri pariwisata itu sangat peka sekali terhadap keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortably*). Kita mengetahui wisatawan itu adalah orang-orang yang melakukan perjalanan untuk mencari kesenangan. Dalam mencari kesenangan itu tidak seorang pun yang mau mengambil resiko mati atau menderita dalam perjalanan yang mereka lakukan.

5. *Seasonal*

Industri pariwisata itu sangat dipengaruhi oleh musim. Bila datang saatnya masa liburan (*holiday*), terjadi *peak season*, semua kapasitas terjual habis. Sebaliknya bila musim libur selesai, semua kapasitas terbengkelai (*idle*), kamar-kamar hotel kosong, restoran dan taman rekreasi sepi pengunjung.

Sebagai industri yang kompleks, industri pariwisata berbeda dengan industri-industri lain. Menurut Spillane (1987 : 87-88) ada beberapa sifat yang khusus mengenai industri pariwisata yaitu:

- a. Produk wisata mempunyai ciri bahwa ia tidak dapat dipindahkan. Orang tidak bisa membawa produk wisata pada langganannya, tetapi langganannya itu sendiri harus mengunjungi, mengalami dan datang untuk menikmati produk wisata itu.
- b. Dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama. Tanpa langganannya yang sedang mempergunakan jasa-jasanya itu tidak akan terjadi produksi.
- c. 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 misalnya ada panjang, lebar, isi, kapasitas, dan sebagainya seperti pada sebuah mobil.
- d. Langganannya tidak dapat mencicipi produk itu sebelumnya bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya. Yang dapat dilihat hanya brosur-brosur, gambar-gambar.
- e. Dari segi usaha, produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko besar. Industri wisata memerlukan penanaman modal yang besar, sedang permintaannya sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat atau kesenangan wisatawan dan sebagainya.

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

1. *Attractions* (daya tarik)

Attraction dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

- a. *Site Attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap seperti kebun binatang, keratin dan museum.
- b. *Event Attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat dipindah dengan mudah seperti festival, pameran atau pertunjukan kesenian daerah.

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

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

3. *Infrastructur* (Infrastruktur)

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 di daerah wisata, mak penduduk akan mendapatkan keuntungan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

4. *Transportations* (Transportasi)

Dalam pariwisata, kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan wisata. Transportasi baik darat, laut maupun udara merupakan suatu unsure utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.

5. *Hospitality* (keramahtamahan)

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

2.1.6 Daya Tarik Wisata

Secara garis besar menurut Oka A. Yoeti (2008: 167) ada empat kelompok yang merupakan daya tarik bagi wisatawan datang pada suatu DTW, yaitu:

a.) *Natural Attractions*

Yang termasuk dalam kelompok ini adalah: pemandangan (*landscape*), pemandangan laut (*seascape*), pantai (*beaches*), danau (*lakes*), air terjun (*waterfall*), kebun raya (*National Parks*), agrowisata (*agrotourism*), gunung berapi (*volcanos*), dan flora dan fauna.

b.) *Build Attractions*

Termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah bangunan (*buildings*), dengan arsitek yang menarik, seperti rumah adat dan yang termasuk bangunan kuno dan modern seperti Forbiden City (China), Big Ben (London), Jam Gadang (Bukittinggi), Museum, maupun TMII.

c.) *Cultural Attractions*

Dalam kelompok ini termasuk diantaranya: peninggalan sejarah (*historical building*), cerita-cerita rakyat (*folklore*), kesenian tradisional (*traditional dances*), museum, upacara keagamaan, festival kesenian, dan sebagainya.

d.) *Sosial Attractions*

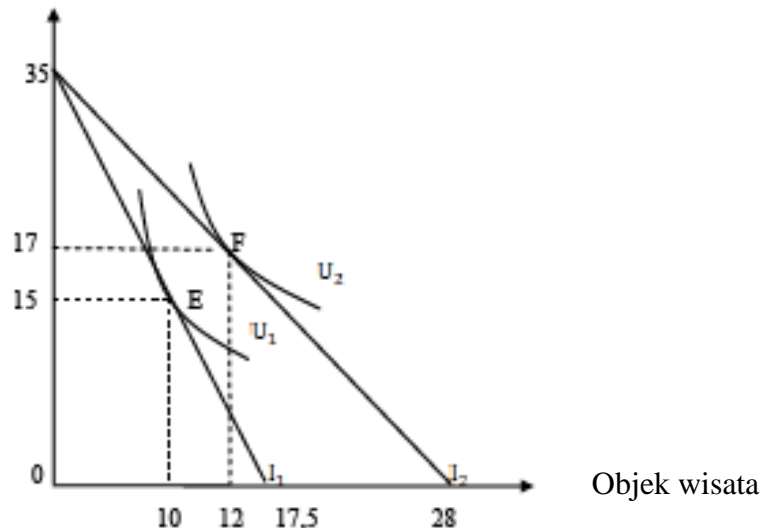
Tata cara hidup suatu masyarakat (*the way of life*), ragam bahasa (*language*), upacara perkawinan, potong gigi, khitanan, dan kegiatan sosial lainnya.

2.1.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Pariwisata

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan seseorang dalam mengkonsumsi pariwisata. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi pariwisata.

2.1.7.1 Perubahan Harga Dalam Konsumsi Pariwisata

Gambar 2.1
Perubahan Harga Tiket Dalam Konsumsi Pariwisata
 Harga Tiket



Sumber: Robert S Pyndick (2007), dengan modifikasi

Pada saat seseorang mempunyai pendapatan sebesar Rp. 70.000,- dia akan mempunyai kurva budget line I_1 . Ketika harga tiket Rp. 4000,- dan obyek wisata sebesar Rp. 2000,- , ia akan mengkonsumsi pada titik E yaitu titik maksimum utilitas U_1 . Dia akan mengkonsumsi Obyek Wisata sebanyak 15 dan batik sebanyak 10. Ketika Harga Tiket turun dari Rp. 4000,- ke Rp. 2.500,- membuat budget line bergerak ke I_2 dan kurva utilitasnya akan berpindah ke U_2 . Dia akan mengkonsumsi pada titik F yaitu Obyek Wisata sebanyak 17 dan Harga Tiket sebanyak 12.

Berdasarkan dari kurva perubahan harga dalam konsumsi pariwisata, obyek wisata tersebut bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke wisata tersebut, diantaranya dapat melalui sebuah kegiatan seperti melakukan

promosi. Kegiatan promosi dapat dilakukan seperti promosi melalui paket wisata maupun kerjasama dengan pihak swasta.

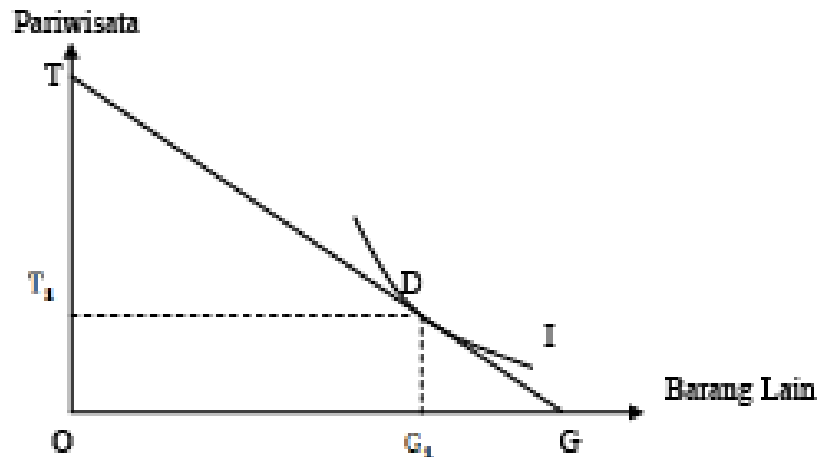
Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Jurnal Pendidikan Geografi “GEA” Universitas Pendidikan Indonesia jurusan Pendidikan Geografi Vol.8 No.1 oleh Nandi (2008) menjelaskan bahwa:

Dalam mengembangkan kawasan wisata, dapat merekomendasikan hal-hal yang perlu diperhatikan, yaitu diantaranya dapat melaksanakan program-program promosi yang efektif secara berkesinambungan, untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Berdasarkan Jurnal Pendidikan Geografi “GEA” Universitas Pendidikan Indonesia oleh Nandi (2008) dalam mengembangkan pariwisata diperlukan program-program promosi yang efektif. Seperti dalam asumsi wisata tersebut, program promosi juga dapat dilakukan dalam menarik kunjungan wisatawan. Kegiatan promosi yang efektif dapat dilakukan diantaranya dengan melalui paket wisata maupun memberi kesempatan kepada pihak swasta atau investor yang ingin mengembangkan wisata tersebut. Melalui promosi dengan paket wisata, menjadikan harga wisata tersebut menjadi lebih murah, sehingga orang lebih memilih wisata tersebut dibanding wisata alam lainnya. Sedangkan menjalin kerjasama dengan pihak swasta atau investor untuk pengembangan wisata tersebut, sehingga modal di dapatkan dari pihak swasta, menjadikan biaya operasional menjadi lebih rendah dan dampaknya harga wisata menjadi lebih murah. Dengan harga yang lebih murah, bisa menjadikan wisatawan berkunjung ke wisata tersebut.

2.1.7.2 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya

Gambar 2.2
Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya



Sumber: Sinclair dan Stabler (1997)

Menurut Sinclair dan Stabler (1997), permintaan pariwisata mengandalkan total anggaran yang tersedia untuk belanja dan pada pilihan untuk relativitas pariwisata terhadap barang-barang dan jasa lainnya. Pada satu titik ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk pariwisata dan pada titik ekstrim lain tidak ada alokasi sama sekali untuk pariwisata dengan kata lain alokasi seluruh anggarannya untuk barang lain (selain pariwisata). Di antara kedua titik ekstrim tersebut, ada sebuah rentang kombinasi antara pariwisata dan barang dan jasa lainnya. Pilihan kombinasi pengalokasian anggaran untuk pariwisata dan pembelanjaan barang lain digambarkan dalam budget line (slope yang menunjukkan harga relatif barang dan jasa yang digambarkan oleh TG dalam Gambar 2.2). Titik OT adalah jumlah pariwisata yang akan dinikmati jika seseorang membelanjakan seluruh anggarannya untuk berwisata dan OG adalah jumlah barang lain yang akan dikonsumsi jika tidak ada pengeluaran untuk

pariwisata. Jumlah pariwisata dan barang lain yang dikonsumsi atau dinikmati bergantung pada harga relatif pariwisata dan barang lain sehingga harga pariwisata yang lebih rendah akan membuat lebih banyak konsumsi pariwisata, begitupun sebaliknya.

Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang bergantung pada preferensi mereka. Kombinasi alternatif antara pariwisata dan barang lain dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama kepada konsumen, misalnya, konsumsi yang rendah terhadap pariwisata dan konsumsi yang tinggi terhadap barang lain memberikan kepuasan yang sama seperti konsumsi pariwisata yang tinggi dan konsumsi barang lain yang rendah, seperti diilustrasikan oleh kurva indifferen I pada Gambar 2.2. Seseorang dapat mengalokasikan anggarannya antara untuk pariwisata dan barang lain dengan memilih kombinasi yang memaksimalkan kepuasan. Pada titik D, dimana kurva indifferen bersinggungan dengan budget line, menghasilkan konsumsi pariwisata OT1 dan konsumsi OG1 dari barang lain. Kepuasan maksimum berada pada Titik D karena pada titik tersebut kurve indifferen I menyinggung budget line TG. Seseorang dengan preferensi yang lebih kuat terhadap pariwisata akan mengambil kombinasi sebelah kiri titik D, sedangkan seseorang yang lebih banyak mengkonsumsi barang lain akan memiliki kurva indifferen yang bersinggungan dengan TG ke arah kanan titik D. (Sinclair dan Stabler, 1997)

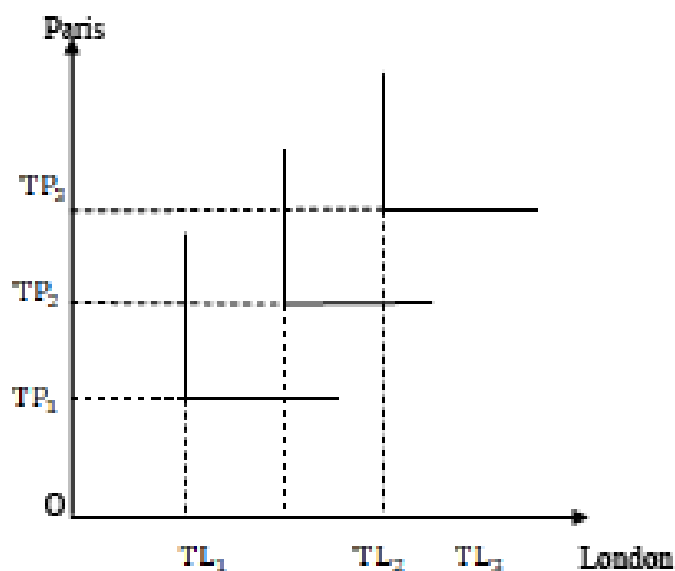
Dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat pada kurva I sebagai kurva indifferen menunjukkan kombinasi antara menikmati Wisata Batik dengan barang lain. Titik optimal kepuasan pengunjung akan suatu obyek wisata ditunjukkan

oleh titik D dimana garis anggaran (*budget line*) bersinggungan dengan kurva indiferen.

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

2.1.7.2.1 Tujuan Wisata Sebagai Barang Komplementer

Gambar 2.3
Tempat Tujuan Wisata Sebagai Barang Komplementer



Sumber: Sinclair dan Stabler (1997), dengan modifikasi

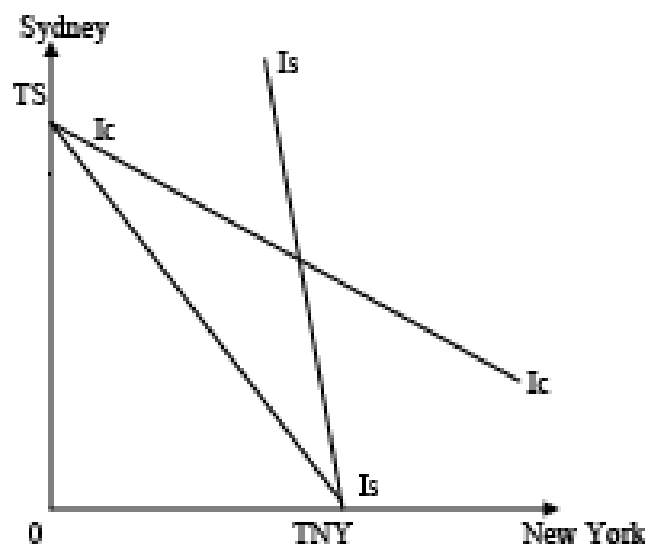
Menurut Sinclair dan Stabler (1997) dalam gambar 2.3, pada Paris dan London mungkin merupakan wisata yang bersifat komplementer bagi sebagian turis Amerika. Dengan begitu, proporsi pengeluaran untuk masing-masing adalah tetap. Dari garis anggaran TPTL memperlihatkan kombinasi berbeda dari pengeluaran untuk wisata dapat dialokasikan untuk dua tujuan wisata. Kurva indiferen berbentuk L memperlihatkan proporsi alokasi yang tetap untuk masing-

masing tujuan wisata tersebut. Jika pendapatan naik kurva indifferen L_1 akan bergeser ke kanan atas ke kurva indifferen L_2 dan akan bergeser lagi kalau pendapatan naik, sehingga kurva indifferen akan bergeser lagi ke kanan atas menjadi kurva indifferen L_2 dengan proporsi pertumbuhan permintaan yang sama.

Seperti pada Paris dan London, tempat tujuan sebagai barang komplementer juga dapat dicontohkan pada permintaan wisata tersebut dan oleh-oleh daerah Kendal. Permintaan wisata tersebut akan berpengaruh positif dengan oleh-oleh dari daerah Kendal dengan proporsi pengeluaran untuk masing-masing adalah sama.

2.1.7.2.2 Tujuan Wisata Sebagai Barang Substitusi

Gambar 2.4
Tempat Tujuan Wisata sebagai Barang Substitusi



Sumber: Sinclair dan Stabler (1997)

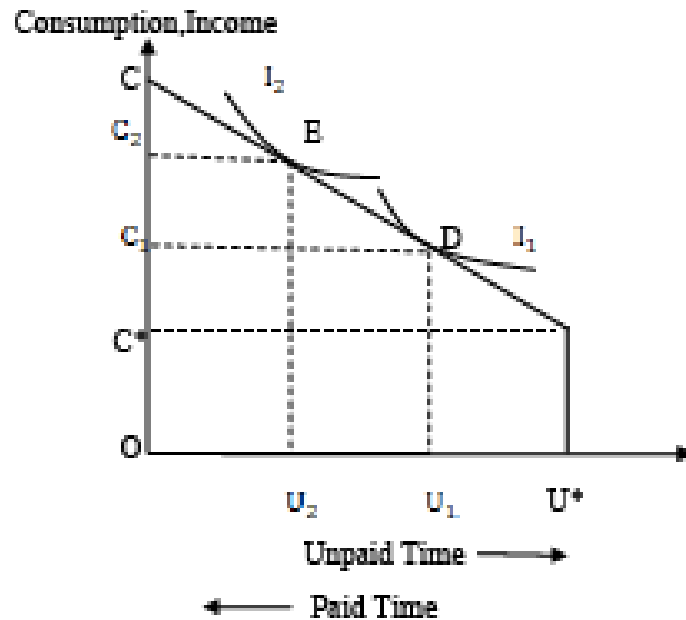
Menurut Sinclair dan Stabler dalam Diana Igunawati (2010) pada gambar 2.4 mengilustrasikan tempat tujuan wisata yang bersifat substitusi dimisalkan dengan Sumbu vertikal mengukur pariwisata dan sumbu horizontal mengukur barang lain. Garis RS dan $R'S'$ adalah garis anggaran sebelum dan sesudah

peningkatan pendapatan. Kurva indiferen menggambarkan pilihan seseorang. Jika pariwisata adalah barang normal, pilihan digambarkan dengan kurva indiferen Gambar 2.5. Adanya kenaikan pendapatan kuva budget line akan bergeser ke kanan atas dari T_1 ke T_2 . Kurva utilitas akan bergeser dari I_1 ke I_2 (Sinclair dan Stabler, 1997).

2.1.7.3 Konsumsi Pariwisata dan Waktu Senggang

Pilihan individu dan anggaran belanja merupakan determinan dari permintaan pariwisata. Besarnya anggaran tergantung dari jumlah jam yang dihabiskan untuk bekerja yang dibayar setiap periode waktu. Individu cenderung melakukan pertukaran antara kerja yang dibayar dengan waktu menganggur. Beberapa orang lebih memilih tambahan pendapatan yang dihasilkan dari penambahan waktu kerja dibayar, sementara pihak lain memilih tambahan waktu menganggur untuk bersantai, melakukan kegiatan rumah tangga dengan begitu konsekuensinya waktu kerja dibayar menjadi sedikit. Jika mereka memilih untuk menghabiskan waktu kerja dibayar lebih lama dan waktu menganggur lebih sedikit, maka tingkat pendapatan mereka bertambah tetapi waktu senggang menjadi akan hilang. Dengan begitu, ada kecenderungan bahwa pendapatan mengambil waktu menganggur, hal ini merupakan biaya dari alternatif lain yang dikorbankan (*opportunity cost*). Setiap kombinasi dari waktu kerja dibayar dengan waktu menganggur menghasilkan sejumlah pendapatan atau anggaran yang dapat dibelanjakan pada barang dan jasa yang berbeda. (Diana Igunawati, 2010).

Gambar 2.5
Konsumsi Pariwisata dan Waktu Senggang



Sumber: Sinclair dan Stabler (1997)

Menurut Sinclair dan Stabler dalam Diana Igunawati (2010) ilmu ekonomi mengasumsikan bahwa individu menginginkan kepuasan maksimum sebisa mungkin dengan memilih kombinasi dari barang konsumsi dan waktu menganggur. Titik D pada Gambar 2.6 merupakan posisi yang mungkin dipilih individu. Titik ini menunjukkan kombinasi optimal dari konsumsi sebesar OC_1 dan waktu menganggur OU_1 . Titik E mungkin juga dipilih individu, di mana posisi optimal adalah konsumsi sebesar OC_2 dan waktu menganggur OU_2 .

Berdasarkan asumsi, waktu senggang digunakan orang untuk berpariwisata. Pada titik D dengan utilitas I_1 menunjukkan individu menghabiskan waktu untuk bekerja sebesar OC_1 dan meluangkan waktu untuk berpariwisata sebesar OU_1 . Sedangkan pada titik E dengan utilitas I_2 , menunjukkan individu menghabiskan waktu untuk bekerja sebesar C_2 dan meluangkan waktu untuk

berpariwisata sebesar U_2 . Dengan begitu tingkat pendapatan meningkat akibat waktu bekerja bertambah, namun mengurangi waktu untuk berpariwisata.

Seorang individu lebih banyak menggunakan waktu bekerja karena tempat wisata yang dikunjungi kurang menarik perhatian. Hal tersebut diakibatkan oleh kurangnya sarana infrastruktur maupun aspek kelembagaan yang kurang layak. Namun individu tersebut juga bisa lebih banyak meluangkan waktu untuk berpariwisata karena tempat wisata tersebut memiliki daya tarik, seperti sarana infrastruktur yang lengkap dan adanya peran kelembagaan yang bekerja dengan baik. Daya tarik tersebut akan membuat individu tersebut akan mengunjungi kembali wisata tersebut dan meluangkan waktu lebih banyak untuk berpariwisata.

Aspek infrastruktur dalam pengembangan tempat wisata yaitu melengkapi sarana prasarana obyek wisata, melakukan perawatan terhadap obyek wisata, dan memfasilitasi informasi bagi kemudahan akses untuk wisatawan. Tempat wisata juga perlu di dukung oleh peran kelembagaan yaitu adanya Peraturan Daerah yang mengatur tentang berjalannya program kepariwisataan, memperkuat komunikasi diantara stakeholders dan melakukan pengawasan dari setiap obyek wisata yang ada.

Menurut Inskeep dalam Said Keliwer (2011), pengelolaan pariwisata akan berhasil dengan baik jika penerapan komponen-komponen pariwisata dilakukan secara integratif, yaitu (1) pengelolaan menyangkut aktivitas dan atraksi wisata; (2) pengelolaan tentang transportasi; (3) pengelolaan tentang akomodasi yang baik dan nyaman; (4) Pengelolaan tentang elemen-elemen institusional; (5)

Perencanaan tentang infrastruktur lainnya; (6) pengelolaan tentang pelayanan dan fasilitas wisata lainnya.

Berdasarkan penjelasan dari Inskeep tentang pengelolaan pariwisata yang baik, untuk keberhasilan dalam pengembangan pariwisata dibutuhkan komponen-komponen pariwisata, yaitu dengan mengembangkan aspek infrastruktur yang diantaranya dapat dilakukan dengan pengelolaan menyangkut aktivitas dan atraksi wisata, pengelolaan tentang akomodasi yang baik dan nyaman, perencanaan tentang infrastruktur dan pengelolaan tentang pelayanan dan fasilitas wisata.

2.1.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata

2.1.8.1 Pendapatan Individu

Permintaan pariwisata terutama dipengaruhi oleh pendapatan, harga dan informasi tentang seluruh perubahan permintaan dari setiap variabel tersebut juga penting bagi penyedia dan pembuat kebijakan pariwisata. Pendapat yang naik dengan harga relatif konstan, efeknya paling 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, contohnya barang normal (normal good) karena permintaan akan barang tersebut secara positif berhubungan dengan pendapatan. Selain itu, pendapatan yang naik memungkinkan juga menurunkan permintaan seperti pada produk pariwisata ini adalah barang inferior (Sinclair dan Stabler, 1997). Hal ini dapat diasumsikan bahwa apabila pariwisata barang normal jika penghasilan naik maka orang akan lebih banyak berkunjung ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi dan sebagainya, sehingga akan

meningkatkan jumlah kunjungan ke tempat wisata. Dan apabila pariwisata barang inferior jika penghasilan naik maka orang akan memilih tempat wisata yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi.

2.1.8.2 Biaya Perjalanan

Konsep dasar metode biaya perjalanan (*travel cost*) adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999). Itulah yang disebut dengan *willingness to pay* (WTP) yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.

Terdapat beberapa pendekatan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan melalui metode *travel cost* menurut Garrod dan Willis (1999), yaitu :

- a. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zonal travel cost approach*), menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal.
- b. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*), menggunakan survey data dari para pengunjung secara individu.

Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu biasanya dilaksanakan melalui survey kuesioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan ke lokasi wisata, kunjungan ke lokasi wisata yang lain, dan faktor-faktor sosial ekonomi (Suparmoko,1997). Data tersebut kemudian digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dihitung.

Metode ini telah banyak dipakai dalam perkiraan nilai suatu taman rekreasi dengan menggunakan bebrbagai variabel (Suparmoko,2000). Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung taman, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung taman rekreasi tersebut mengenai jarak tempuh mereka ke lokasi taman rekreasi tersebut, biaya perjalanan yang dikeluarkan, lamanya waktu yang digunakan, tujuan perjalanan, tingkat pendapatan rata-rata, dan faktor sosial ekonomi lainnya.

2.1.8.3 Lama Perjalanan

Lama waktu tempuh 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.

2.1.8.4 Fasilitas

Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu obyek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di obyek wisata tersebut, misalnya saja seperti hotel, restaurant, alat transpotasi, toko sovenir dan lain-lain. Apabila suatu obyek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan

pengunjung maka dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari pengunjung sebelumnya. Sebaliknya jika suatu obyek wisata tidak memiliki fasilitas yang memuaskan maka permintaan berwisata akan menurun.

2.1.8.5 Harga Tiket Obyek Wisata Lain

Harga tiket ke obyek wisata lain merupakan turunan harga barang lain dalam fungsi permintaan. Harga barang lain atau harga tiket tersebut dijelaskan oleh biaya tiket masuk yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi obyek wisata lain yang pernah dikunjungi. Substitusi (mengganti) dan komplementer (melengkapi) dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika Kolam Renang Boja dan obyek wisata lain merupakan barang substitusi maka ketika harga tiket obyek wisata lain turun sedangkan harga tiket Kolam Renang Boja tetap, konsumen akan mengunjungi obyek wisata lain lebih banyak dan mengunjungi lebih sedikit obyek wisata Kolam Renang Boja. Jika Kolam Renang Boja dan obyek wisata lain merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga tiket obyek wisata lain akan menaikkan permintaan Kolam Renang Boja dan kenaikan harga tiket obyek wisata lain akan menurunkan permintaan Kolam Renang Boja.

2.1.9 Hal-hal yang dapat menarik tingkat kunjungan ke suatu tempat daerah tujuan wisata (Yoeti, 2008) :

- a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta seperti iklim (matahari, kesejukan, kering, panas, dan hujan), bentuk tanah dan pemandangan (lembah, pegunungan, air terjun, dan gunung berapi), hutan belukar, flora dan fauna, pusat-pusat kesehatan (sumber air panas, sumber air mineral, dan belerang).
- b. Hasil ciptaan manusia, baik yang bersifat sejarah, kebudayaan, maupun keagamaan, seperti monumen bersejarah, museum, kesenian rakyat, kerajinan rakyat, acara tradisional, festival kesenian, dan tempat ibadah.
- c. Tata cara hidup masyarakat adalah salah satu sumber terpenting untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Misalnya adat istiadat Ngaben di Bali, Sekaten di Yogyakarta, Penggilingan Padi di Karanganyar, dan upacara waisak di Borobudur.

2.1.10 Pilihan Strategik

Tujuan pemilihan strategi adalah untuk menjamin ketepatan pencapaian sasaran. Suatu rancangan strategi dapat dipilih untuk menutup kesenjangan dalam mencapai sasaran. Berkenaan dengan pilihan strategik maka akan dikaji penentuan pilihan melalui matriks kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats matrix*), melalui cara ini suatu organisasi dapat memandang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai suatu kesatuan yang integral dalam perumusan strategi.

Para pakar pada umumnya sependapat bahwa jenis pendekatan sebagai instrumen untuk menilai berbagai faktor yang harus diperhitungkan oleh organisasi dalam melakukan analisis yang bersifat strategik umumnya melakukan analisis SWOT.

2.2 Penelitian Terdahulu

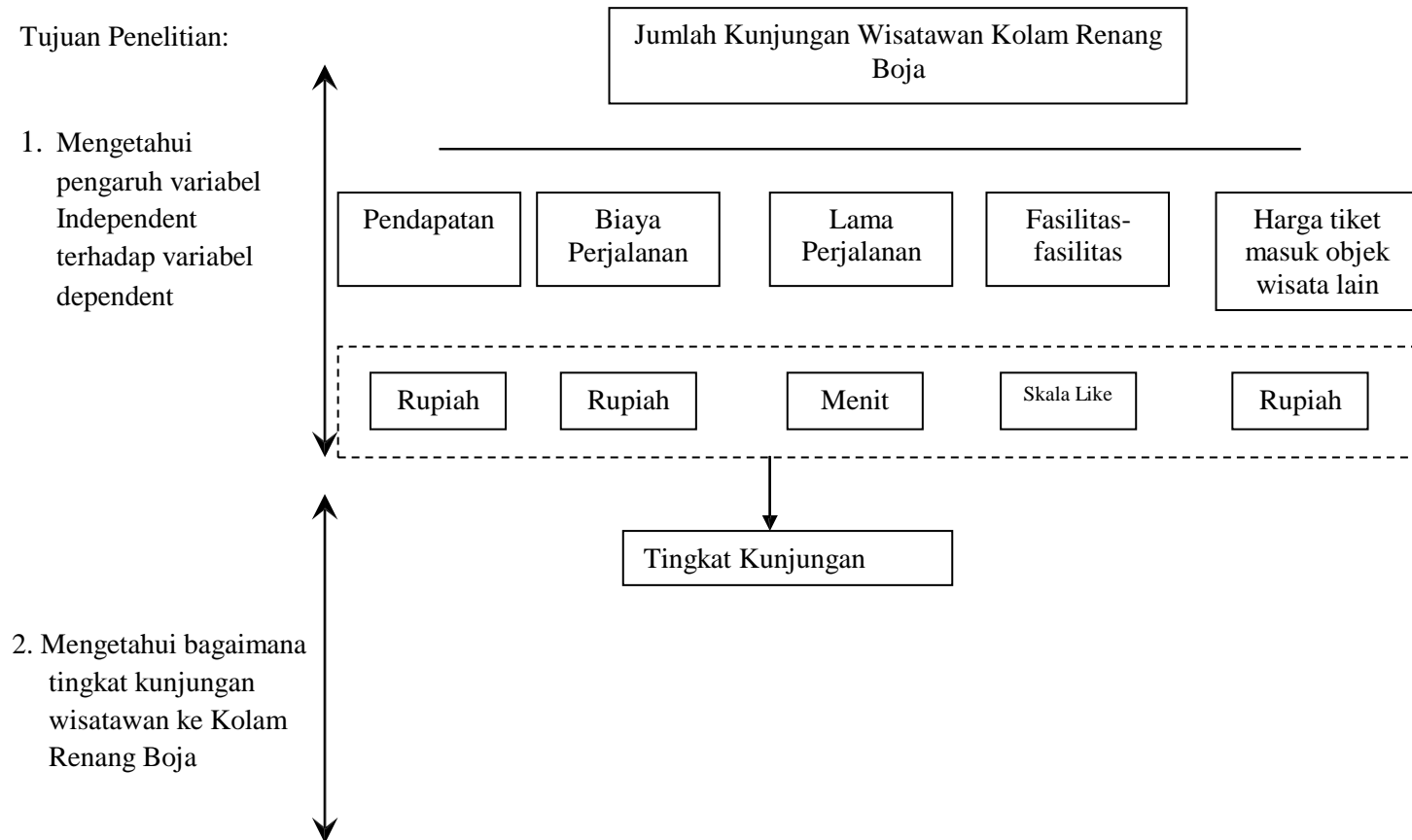
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Dijiono 2002	Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung	Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah kunjungan per 1000 penduduk Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travel Cost</i> • Biaya transportasi • Pendapatan atau uang saku per bulan • Jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung • Pendidikan • Waktu kerja per minggu • Waktu luang perminggu 	Regresi Linier Berganda	Dari hasil uji statistik diperoleh hasil variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah jumlah penduduk, pendidikan, dan waktu luang. Rata-rata kesediaan untuk mengeluarkan uang sebesar Rp 25.320,558 per 1000 orang, nilai yang dikorbankan sebesar Rp 6.045,3443 per 1000 orang dan surplus konsumen sebesar Rp 9.275,2137 per 1000 orang.
Irma Afia Salma dan Indah Susilowati 2004	Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i>	Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah kunjungan Wisata Alam Curug Sewu Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travel cost</i> (Rp) • Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Rp) • Umur pengunjung (th) 	Regresi Linier Berganda	Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen yang diperoleh sebesar Rp 896.734,9 per individu per tahun atau Rp 224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung total nilai ekonomi wisata alam Curug Sewu sebesar 12.377.025.750,00 dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua yang signifikan secara statistik yaitu travel cost ke Curug

		<ul style="list-style-type: none"> • Pendidikan • Penghasilan rata-rata sebulan (Rp) • Jarak (km) 		Sewu dan jarak, sedangkan – independen yang lain tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kendal.
Anthony Fransisko Siallagan, 2009	Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir	Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah permintaan Wisata Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travel cost</i> (Rp) • Pendapatan individu • Lama perjalanan • Waktu luang • Fasilitas • Karakteristik masyarakat • Keindahan Alam 	Regresi Linier Berganda	Variabel yang signifikan adalah pendapatan individu dan waktu perjalanan, waktu luang, dan keindahan alam Danau Toba. Variabel yang tidak signifikan adalah biaya perjalanan, fasilitas, karakteristik masyarakat. R Square sebesar 0,3674, yang berarti 36,74% jumlah permintaan yang dapat dijelaskan dalam variabel independen.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.6
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan hubungan antara tujuan penelitian, kerangka pemikiran terhadap rumusan masalah, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
2. Diduga variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
3. Diduga variabel lama perjalanan berpengaruh negatif terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
4. Diduga variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja
5. Diduga variabel harga tiket masuk objek wisata lain berpengaruh negatif terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Terdapat lima variabel bebas dan satu variabel terikat yang digunakan dalam analisis kunjungan wisatawan ke Kolam Renang Boja

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Kolam Renang Boja

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

2. Pendapatan atau uang saku individu

Pendapatan atau uang saku per bulan oleh pengunjung Kolam Renang Boja. Diukur dengan satuan rupiah (Rp).

3. Biaya Perjalanan ke Kolam Renang Boja

Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk mengunjungi Kolam Renang Boja. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya makan selama berada di kawasan Kolam Renang Boja dan biaya tiket masuk Kolam Renang Boja. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp / kunjungan).

4. Lama Perjalanan

Lama perjalanan dari rumah pengunjung menuju ke Kolam Renang Boja. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan menit.

5. Fasilitas-Fasilitas

Fasilitas-fasilitas adalah persepsi pengunjung terhadap fasilitas yang ada di Kolam Renang Boja dan diukur dengan satuan skala ordinal. (1 = tidak lengkap, 2 = kurang lengkap, 3 = cukup lengkap, 4 = lengkap, 5 = sangat lengkap).

6. Harga Tiket Masuk Objek Wisata Lain

Harga tiket masuk objek wisata lain di Kabupaten Kendal, misalnya seperti Objek Wisata Air Terjun Curug Sewu dan Pantai Sendang Sikucing dan diukur dengan satuan Rupiah (Rp).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

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

3.2.2 Sampel

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan bentuk *quota accidental sampling*, dimana

sampling ini mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data yang dapat mewakili dari dimensi-dimensi populasi, berhubungan dengan topik yang sedang diteliti dan tidak mendasarkan pada strata atau daerah tertentu (Cooper, 2011).

Menurut Hair et al. (1998), menaikkan jumlah sampel akan menghasilkan hasil yang memuaskan pada uji statistik. Dalam penelitian ini diambil 50 sampel, hal ini dikarenakan sampel besar adalah minimal 30 sampel.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

3.3.2 Sumber data dapat dibedakan dan diperoleh menjadi dua bagian:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan pengisian kuesioner oleh responden yang ditemui sedang berwisata di Kolam Renang Boja.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain seperti

pengelola Kolam Renang Boja, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal, Badan Pusat Statistik, internet, serta literatur-literatur berupa buku maupun jurnal yang dapat mendukung penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

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

1. Studi kepustakaan yaitu salah satu cara untuk memperoleh data dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
2. Metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dari hasil publikasi lembaga-lembaga atau instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya, Badan Pusat Statistik, pihak pengelola dan lainnya.
3. Kuesioner, yaitu cara pengumpulan data dengan mewawancarai langsung responden yang akan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan bantuan daftar pertanyaan yang telah di persiapkan sebelumnya.

3.5 Metode Analisis

Metode analisis data merupakan unsur yang terpenting dalam suatu penelitian, karena suatu data menjadi bermakna dan berguna dalam memecahkan masalah dan dapat dipergunakan dalam menjawab hipotesis dan permasalahan penelitian (Mukhtar dan Widodo, 2000).

3.5.1 Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis regresi adalah studi ketergantungan dari variabel dependen pada satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata – rata populasi dan nilai rata – rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Gujarati, 2010). Menurut Ghozali (2006) dalam analisi regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Model yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan dalam fungsi sebagai berikut :

$$TK = Y + C + T + F + OP + E$$

Keterangan :

TK = Tingkat Kunjungan (persen)

Y = Pendapatan (Rupiah)

C = Biaya Perjalanan (Rupiah)

T = Lama Prjalanan (Jam)

F = Fasilitas (Skala)

OP = Harga Tiket Masuk Objek Wisata Lain (Rupiah)

E = Eror Term

3.5.2 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik

3.5.2.1 Deteksi Normalitas

Deteksi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui

bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2006).

Uji statistik yang digunakan untuk mendeteksi normalitas adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

3.5.2.2 Deteksi Auto Korelasi

Deteksi Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. (Ghozali,2006).

Dalam penelitian ini, mendeteksi autokorelasi dilakukan dengan Run Test. Run Test sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random.

3.5.2.3 Deteksi Heteroskedastisitas

Deteksi Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan uji park. Apabila koefisien parameter untuk variabel independen tersebut tidak signifikan secara statistik, hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.2.4 Deteksi Multikolinearitas

Deteksi multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2006).

Multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance antar variabel independen. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adanya nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.5.3 Uji Statistik

Uji statistik terdiri dari pengujian koefisien determinasi (R^2), pengujian signifikansi simultan (uji F), dan pengujian signifikansi individu (uji t).

3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2006).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 untuk mengevaluasi mana model regresi terbaik. Dalam kenyataan nilai adjusted R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Gujarati (2003) jika dalam uji empiris didapat nilai Adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka adjusted $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka adjusted $R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai negatif.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk pengujian ini dilakukan hipotesa sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$, artinya semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 > 0$, artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel. Nilai F hitung dapat diperoleh dengan rumus :

$$F\text{-hitung} = \dots\dots\dots (3.2)$$

Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi

K = jumlah parameter yang diestimasi termasuk konstanta

N = Jumlah observasi

Kriteria pengambilan keputusan :

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

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

3.5.3.3 Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi

variabel dependen (Ghozali, 2006). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

- i. Uji t untuk variabel pendapatan (Y)
 - a) $H_0 : \beta_1 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara pendapatan dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
 - b) $H_1 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh positif antara pendapatan dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
- ii. Uji t untuk variabel biaya perjalanan (TC)
 - a) $H_0 : \beta_2 \geq 0$ (tidak ada pengaruh antara biaya perjalanan dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
 - b) $H_1 : \beta_2 < 0$ (ada pengaruh negatif antara biaya perjalanan dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
- iii. Uji t untuk variabel lama perjalanan (T)
 - a) $H_0 : \beta_3 \geq 0$ (tidak ada pengaruh antara lama perjalanan dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
 - b) $H_1 : \beta_3 < 0$ (ada pengaruh negatif antara lama perjalanan dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
- iv. Uji t untuk variabel fasilitas (F)
 - a) $H_0 : \beta_4 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara fasilitas dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
 - b) $H_1 : \beta_4 > 0$ (ada pengaruh positif antara fasilitas dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
- v. Uji t untuk variabel Harga Tiket Masuk Objek Wisata Lain

- a) $H_0 : \beta_5 \geq 0$ (tidak ada pengaruh antara harga tiket masuk objek wisata lain dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)
- b) $H_1 : \beta_5 < 0$ (ada pengaruh negatif antara harga tiket masuk objek wisata lain dengan tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja)

Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

Adapun rumus untuk mendapatkan t hitung adalah sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \dots\dots\dots (3.3)$$

Dimana : b_i = koefisien variabel independen ke-i

b = nilai hipotesis nol

s_{b_i} = simpangan baku dari variabel independen ke-i

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

1. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.