

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian Permintaan**

Menurut McEachern (2000) permintaan suatu sumber daya adalah penjumlahan atas semua permintaan dari berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Berbagai kombinasi jumlah suatu barang maupun harga yang ingin dapat dibeli konsumen pada berbagai tingkat dalam periode tertentu.

Permintaan mempunyai fungsi yaitu hubungan yang memiliki persamaan antara jumlah permintaan akan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi (Boediono,1999). Fungsi permintaan suatu barang dirumuskan sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_y, S, M) \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

$D_x$  = Permintaan barang

$P_x$  = Harga barang itu sendiri

$P_y$  = Harga barang lain yang mempengaruhi

$S$  = Selera

$M$  = Pendapatan

Dalam hukum permintaan bahwa jumlah barang yang diinginkan dalam periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, hal ini di

asumsikan tetap (Samuelson dan Nordhaus, 1998). Semakin naik harganya semakin kecil jumlah barang yang diinginkan atau sebaliknya semakin kecil harganya maka jumlah barang yang diminta semakin (McEachem, 2000).

Faktor-faktor yang berpengaruh pada permintaan selain harga menurut (McEarchen, 2000), yaitu :

a. Pendapatan

Tingginya pendapatan akan mengacu terhadap kenaikan permintaan. Hal ini bahwa kurva permintaan tersebut bergeser ke kanan sehingga menunjukkan kuantitas yang diminta lebih besar pada setiap tingkat harga.

b. Harga Barang-barang Berkaitan

perubahan suatu harga komoditas dapat mempengaruhi permintaan akan barang yang berhubungan diartikan sebagai barang substitusi dan komplementer. Jika barang x dan y barang substitusi maka apabila harga y turun maka harga barang x tetap, sehingga pembelian terhadap barang x lebih banyak dan kurva pada permintaan bergeser ke kiri. Kemudian apabila x dan y barang komplementer maka sebaliknya, penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan pada harga y membuat penurunan permintaan barang x.

c. Selera dan Preferensi

Selera merupakan faktor yang menentukan permintaan pada nonharga, karena kesulitan dalam pengukuran maupun ketiadaan pada

perubahan selera, jika diasumsikan selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.

d. Penduduk

Seringkali jumlah penduduk pada suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapitanya konstan akan menggeser ke kanan permintaan pasar untuk sebagian besar barang.

e. Dugaan perubahan harga relatif di masa depan

Dugaan ini memainkan peranan penting pada menentukan bagaimana bentuk kurva permintaan. Apabila semua harga 10% pertahunnya dan diperkirakan terus berlangsung, lajunya inflasi yang sudah diantisipasi takkan berpengaruh pada bentuk kurva permintaan (jika dalam sumbu vertikal harganya diukur).

## **2. Permintaan pariwisata dan pariwisata**

Mill dan Morrison (1985) mengilustrasikan bahwa pariwisata adalah sebuah sistem yang terdapat atas komponen yang selalu terkait satu dengan lainnya. Terdapat empat komponen pariwisata, diantaranya : Pasar wisata, perjalanan wisata, pemasaran wisata, dan tujuan wisata itu sendiri. Sedangkan Gunn (1994) mengilustrasikan pariwisata itu satu kesatuan sistem antara perilaku wisatawan yang dapat mempengaruhi kebutuhan maupun motivasi dalam berwisata, tempat tujuan wisata yang diperlihatkan dalam atraksi dan penawaran jasa wisata yang ada, dan ketersediaan akses menuju tempat wisata.

dapat disimpulkan terminologi diatas tersebut bahwa terbentuknya pariwisata dikarenakan adanya pengunjung wisata (*demand*) yang tujuannya mempunyai kemauan melakukan perjalanan wisata, ketersediaan pendukung infrastruktur, serta ketersediaan objek atraksi wisata yang didorong dengan sistem promosi yang baik pada pengunjung wisata (*Supply*).

#### **a. Definisi Pariwisata**

Menurut bahasa sangsakerta, pariwisata terdiri dari dua suku kata, antara lain “pari” yang berarti banyak/berkali-kali, “wisata” yang berarti bepergian/perjalanan. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali.

Menurut Spillane (1989) pariwisata adalah perjalanan aktivitas yang tujuannya memberikan kesenangan, kepuasan, kenyamanan maupun lain-lainnya.

Pada UU No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan, adalah sebagai berikut:

- 1) Wisata merupakan kegiatan perjalanan sementara yang dilakukan dengan mencari kesenangan untuk merasakan dan menikmati objek wisatanya.
- 2) Pariwisata adalah hal-hal yang berkaitan dengan wisata, daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.
- 3) Usaha pariwisata adalah orang yang berkegiatan dengan tujuan menyelenggarakan jasa.
- 4) Wisatawan yaitu orang yang melakukan aktivitas wisata.

5) Kepariwisata adalah hal-hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.

#### **b. Macam-macam Pariwisata**

Menurut Pendit (1994), pariwisata dilihat dari motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Berikut Macam-macam pariwisata antara lain :

##### 1) Wisata Bahari

wisata ini sering dikaitkan dengan aktivitas olahraga di air, pantai, danau, dan laut. Kegiatan memancing, menyelam sambil melakukan pemotretan, balapan berenang, dan melihat-lihat pemandangan indah di bawah maupun di atas permukaan air.

##### 2) Wisata Budaya

Aktivitas perjalanan yang sesuai kemauan untuk meningkatkan pengalaman hidup seseorang tentang bagaimana adat istiadat dan cara hidup mereka dengan cara mengadakan tinjauan atau kunjungan domestik ataupun mancanegara.

##### 3) Wisata Konvensi

Pertemuan sekelompok orang yang secara bersama-sama, bertukar pikiran, baik pengalaman dan informasi melalui pembicaraan terbuka dengan maksud tertentu. Wisata ini sangat potensial dalam sebuah bisnis dalam industri pariwisata seperti dalam mengelola hotel besar.

#### 4) Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Merupakan suatu kawasan suaka alam yang karena keadaan alaminya mempunyai kekhasan tumbuhan, satwa, dan ekosistem tertentu yang perlu dilindungi dan perkembangannya berlangsung secara alami. Contoh kawasan yang dijadikan cagar alam di Indonesia adalah cagar alam penanjung pangandaran di Jawa Barat, cagar alam Nusakambangan Barat dan cagar alam Nusakambangan Timur di Jawa Tengah.

#### 5) Wisata Pertanian

Merupakan suatu jenis kegiatan wisata yang berlandaskan pada proses pertumbuhan dari tumbuh-tumbuhan maupun hewan. Contoh agrowisata di Indonesia terdapat di Bogor berupa pembudidayaan sayur dan buah.

#### 6) Wisata Buru

Jenis wisata ini dilakukan di tempat yang hutan/daerahnya memang memiliki tempat berburu yang sudah disetujui pemerintah. Contoh dari wisata buru ini adalah wisata safari buru seperti yang terdapat di Afrika. Adapun hewan tersebut yaitu berburu gajah, singa, dan sebagainya.

#### 7) Wisata Ziarah

Merupakan wisata atau travelling yang dilaksanakan oleh seseorang maupun kelompok buat tujuan berziarah maupun buat

menjalankan bagian dari kepercayaan spiritual atau agamanya, untuk misionari, atau untuk kesenangan spiritual.

Berikut ini adalah macam-macam pariwisata, menurut Spillane (1987) mempunyai daerah tujuan wisata yang membuat menarik masyarakat untuk mengunjunginya sehingga dapat diketahui macam pariwisata yang layak untuk dikembangkan dalam mengembangkan macam sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

1) Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)

Merupakan kegiatan yang dipilih oleh seseorang sebagai fungsi memperbaharui ulang kondisi fisik dan jiwa, sehingga rekreasi tidak berarti hanya membuang-buang waktu atau membunuh waktu.

2) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Merupakan suatu kegiatan perjalanan yang mempunyai ciri-ciri tersendiri yang memberikan warna wisata yang bersifat santai, gembira, dan untuk bersenang-senang. Hal inilah yang membedakan dengan perjalanan lainnya.

3) Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural Tourism*)

Merupakan salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya. Terdapat 12 unsur kebudayaan yang dapat menarik kedatangan wisatawan diantaranya: bahasa, masyarakat, kerajinan tangan, makanan dan

kebiasaan makan, musik dan kesenian, sejarah suatu tempat, cara kerja dan teknologi, agama, arsitektur, penduduk, sistem pendidikan, dan aktivitas pada waktu senggang.

4) Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*)

Dalam pariwisata ini, kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini memakai waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan dalam mengunjungi berbagai objek wisata dan macam pariwisata lain.

5) Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Merupakan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata dan olahraga di Indonesia. Hal ini menjadi sangat penting karena pengembangan olahraga pariwisata memerlukan sumber daya manusia yang unggul dan handal dalam mendesain berbagai macam kegiatan nilai-nilai ekonomi dan mendatangkan keuntungan daerah.

6) Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)

Banyak negara yang tertarik dan menganggap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang *convention tourism*. Bentuk-bentuk pariwisata sebagai berikut (Salah Wahab, 1989):

a. Pariwisata santai atau pariwisata rekreasi

pariwisata ini digunakan untuk memulihkan kondisi diri baik itu fisik maupun mental pada setiap individu

wisatawan dan memberikan kebahagiaan santai dan kelelahan bekerja bagi mereka selama di tempat rekreasi.

b. Pariwisata pulih sehat

pariwisata ini merupakan kebutuhan perawatan menggunakan fasilitas penyembuhan dengan tujuan untuk memuaskan individu tersebut. Contohnya seperti air panas, dan lainnya.

c. Pariwisata budaya

pariwisata ini merupakan ilmu pengetahuan kepariwisataan untuk memperkaya informasi tentang suatu daerah dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan hiburan. Seperti berkunjung ke tempat festival maupun pameran, dan lain-lain.

d. Pariwisata temu wicara

Pariwisata ini seringkali disebut sebagai pariwisata konvensi yang meliputi pertemuan-pertemuan, baik itu pertemuan ilmiah maupun pertemuan politik.

e. Pariwisata olahraga

pariwisata ini merupakan pariwisata untuk memuaskan hobi individu maupun kelompok seperti memancing maupun mendaki gunung.

Jika dilihat dari jenis pariwisata menurut James J. Spillane (1987), maka objek wisata pantai Tanjung Tinggi termasuk jenis *pleasure tourism*

karena objek wisata pantai Tanjung Tinggi merupakan objek wisata yang bisa digunakan untuk mencari udara segar, mengendorkan ketegangan syaraf dan menikmati keindahan alam.

Selain itu objek wisata pantai Tanjung Tinggi juga termasuk dalam jenis *recreation tourism* karena objek wisata pantai Tanjung Tinggi merupakan objek wisata yang bisa digunakan untuk orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani yang akan menyegarkan keletihan dan kelalahannya. Karena dengan berenang dan menyelam dapat mengembalikan kesegaran tubuh.

### **3. Pengertian Wisatawan**

Kata wisatawan berasal dari bahasa sangsekerta, dari asal kata “wisata” yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam bahasa inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut traveller. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *Tourist*.

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga serta menuntut ilmu dan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau sebuah negara tertentu. Organisasi Wisata Dunia (WTO), menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara

asing dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan di tempat tersebut.

Adapun jenis-jenis wisatawan berdasarkan lokasi perjalanan dilakukan sebagai berikut (Karyono, 1997):

a. Wisatawan Nusantara (*Domestic Tourist*)

Adalah orang yang berwisata pada batas wilayah negara sendiri. Seperti WNI yang melakukan perjalanan ke Negeri laskar pelangi maupun Lombok.

b. Wisatawan asing (*Foreign Tourist*)

Adalah Orang yang datang berwisata memasuki negara lain yang bukan Negeranya. Wisatawan ini disingkat wisman atau disebut wisatawan mancanegara.

c. Wisatawan asing domestik (*Domestic Foreign Tourist*)

Adalah Orang asing yang tinggal di suatu negara karena kepentingan formal (tugas), sekaligus berwisata di negara tersebut. Seperti duta Inggris yang mendapat cuti dan tidak pulang, tetapi berwisata di Indonesia (tempat ia bertugas).

d. Transit turis (*Transit Tourist*)

Adalah orang melakukan perjalanan ke Negara tujuan yang mau tidak mau harus menetap di airport ataupun pelabuhan bukan karena kemauan sendiri.

e. Wisatawan adat asing (*Indigenous Foreign Tourist*)

Yaitu warga suatu negara tertentu, yang sedang mempunyai tugas di luar negeri, kemudian pulang ke negara aslinya berwisata ke negaranya sendiri. Seperti konsultan perusahaan asing di Indonesia yang warga negara Amerika, ketika sedang cuti kembali ke Amerika dan berwisata disana. Wisatawan ini ialah kebalikan dari wisatawan asing domestik.

f. Wisata bisnis (*Business Tourist*)

Adalah orang yang berniat untuk tujuan bisnis bukan untuk tujuan pokok wisata, tetapi dilakukannya wisata setelah tujuan utama selesai. Jadi tujuan bisnis merupakan tujuan primer, setelah itu baru tujuan sekunder dilaksanakan.

#### **4. Aspek dalam ekonomi pariwisata**

pariwisata adalah ekspor tak terlihat bagi suatu negara karena hanya perlu pengembangan lebih lanjut agar pariwisata tersebut terus berjalan untuk mendatangkan devisa, dan dengan ini devisa selalu masuk ke tempat yang memiliki objek wisata yang menarik. Untuk itu, setiap negara berlomba-lomba mendorong perindustrian pariwisatanya demi mendapatkan devisa. Disamping itu semakin dikembangkannya industri pariwisata, semakin juga akan memberikan multiplier efek yang besar untuk perekonomian. Contohnya seperti berkembangnya industri jasa perhotelan, transportasi, maupun sektor lainnya.

Yoeti (2008) mengatakan kita itu bebas memilih daerah wisata yang ingin dikunjungi, baik itu dari segi objek maupun atraksinya yang

ingin dilihatnya. Dalam industri permintaan pariwisata, terdapat beberapa produk atau fasilitas yang tidak sama, namun sangat berhubungan dengan kemauan wisatawan yang dilakukannya selama dalam perjalanan (*composite demand*).

Menurut Shmoll, faktor determinan permintaan terhadap daerah kunjungan wisata antara lain :

- a. Daya tarik wisata, bentuk pelayanan lainnya seperti hiburan dan transportasi, dan fasilitas yang tersedia (*tourist facilities*).
- b. Kelancaran untuk berkunjung (*accessibilities*) seperti sarana air bersih, jalan, dan tenaga listrik.
- c. Harga barang tersebut (*price*)
- d. Jasa setelah perjalanan dan informasi (*Pre travel services and informations*)
- e. Gambaran tujuan wisata (*Images of tourist destination*)

## **5. Perindustrian Pariwisata**

Masyarakat secara umum memperhatikan bahwa industri adalah teknik yang secara berkelanjutan melakukan proses produksi dengan memakai teknologi seperti menggunakan mesin yang berkaitan dalam perindustriann. Tetapi bisa jauh berbeda saat kita mengenal industri pariwisata. Industri pariwisata menurut Schmool (1976) memberi batasan sebagai '*Tourist is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, locatin, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them*'. Industri

pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya (Muhammad Tahwin, 2003).

## **6. Sarana dan Prasarana**

Jika ingin objek wisata ditempatkan sebagai suatu objek wisata yang menarik minat, tentunya perlu faktor-faktor yang mampu menunjang kelengkapan dari sarana dan prasarana objek wisata tersebut. Karena sangat diperlukan dalam mendukung pengembangan suatu objek wisata. Dalam buku pengantar ilmu pariwisata Menurut Yoeti (1985), menyebutkan: "Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam". Beberapa diantaranya Prasarana tersebut. (Yoeti, 1984) :

- a. Instalasi tenaga pada air bersih dan instalasi tenaga pembangkit listrik.
- b. Perhubungan : rel kereta api, pelabuhan, dan jalan raya.
- c. SPBU
- d. Pelayanan wisatawan berupa sumber informasi maupun tempat pemandu wisata.

- e. Pelayanan keamanan berupa adanya pos penjaga satpam di objek wisata dan adanya pos-pos polisi demi terjaganya keamanan objek wisata.
- f. Dan lainnya (Yoeti, 1984)

Adapun yang dimaksud dengan sarana kepariwisataan adalah perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung serta hidup dan kehidupannya tergantung kepada kedatangan wisatawan. Akan ditinjau beberapa sarana kepariwisataan yaitu :

#### 1. Sarana Akomodasi

Bagi wisatawan yang datang dari jauh tentunya memerlukan tempat tinggal sementara atau tempat untuk bermalam. Lamanya mereka menetap disuatu lokasi wisata datang secara individu, grup, keluarga atau rombongan, akan mempengaruhi pilihan jenis akomodasi (Inskeep, 1991).

Dalam perencanaan akomodasi, informasi yang perlu dipertimbangkan adalah lokasi, jumlah kamar atau jumlah unit akomodasi, kualitas pelayanan, karakteristik khusus dari fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan, rata-rata hunian kamar, rata-rata peluang menginap dalam periode satu tahun, atau untuk periode musiman. Penilaian terhadap penyediaan akomodasi harus dilakukan baik terhadap rencana fisik dan jenis fasilitas dan

pelayanan ditawarkan maupun kualitas pelayanannya (Inskeep, 1991)

## 2. Tempat Makan

Tempat makan adalah fasilitas yang disediakan dalam rumah makan dan restoran seperti sarana akomodasi, sarana rumah makan juga perlu disediakan bagi wisatawan yang mengunjungi objek yang jauh maupun dekat dari tempat tinggalnya. Bagi objek yang tidak memilikinya dilakukan pendekatan dengan melihat jumlah kursi atau daya tampung diwilayah kecamatan terdekat.

Usaha penyediaan makanan dan minuman merupakan usaha pengelolaan, penyedia dan pelayanan makanan dan minuman, yang dapat dilakukan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi ataupun sebagai usaha yang berdiri sendiri (UU No.9 Tahun 1990 Pasal 26). Selain itu juga masalah sebaran lokasi. Untuk memudahkan operasi penyaluran makanan, sebaiknya disediakan beberapa pusat penyediaan makanan dalam satu kawasan wisata yang melayani tempa-tempat makan dilokasi terdekat dengannya, sehingga memungkinkan bahan makanan dan minuman dapat diantar dalam kondisi yang segar, lezat, dan dingin (Lawson dan Boud-Bovy, 1998:).

### 3. Tempat Parkir

Sarana parkir, berpengaruh terhadap kelancaran lalu lintas maupun sirkulasi pergerakan di lingkungan objek wisata tersebut. Adanya kemacetan lalu lintas karena semrawutnya aturan parkir atau untuk keluar masuk kendaraan. Perlu disediakan ruang parkir yang cukup untuk menangani kendaraan-kendaraan yang berhenti di tempat makan, penginapan atau tempat belanja, supaya jalan tidak dipadati oleh kendaraan yang diparkir, terutama pada jam-jam ramai (Inskeep, 1991).

### 4. Fasilitas Belanja

Belanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata, dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk belanja. Karena fasilitas terhadap aktivitas belanja perlu dipertimbangkan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, bukan hanya sebagai pelayanan wisata, namun juga sebagai objek wisata yang memiliki daya tarik (Inskeep, 1991)

### 5. Sarana Transportasi

Sarana transportasi adalah pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari tempat dimana ia biasanya tinggal, ketempat yang merupakan daerah tujuan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pesawat udara untuk jarak jauh, kereta api, bis, taksi, dan kendaraan lainnya. Keterhubungan antara satu lokasi dengan lokasi lain merupakan komponen penting dalam

sistem kepariwisataan (Gunn, 1998). Untuk menciptakan saling keterhubungan antar berbagai tempat dalam satu kawasan wisata dan untuk memberi kemudahan dalam pergerakan dari satu tempat ke tempat lain, perlu adanya sarana dan prasarana yang memadai. Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, sarana pergerakan tersebut harus disesuaikan dengan keberadaannya disuatu lokasi wisata. Artinya elemen-elemen pergerakan tersebut harus memiliki nilai dari daya tarik dan berperan dalam mendukung aktivitas wisata. Menurut Inskeep, bahwa sarana transportasi yang menarik, mengandung nilai historis, dan memiliki bentuk-bentuk khusus, dapat dijadikan sebagai objek dan daya tarik wisata (Inskeep, 1991).

#### 6. Fasilitas umum

Selain sarana yang telah di sebutkan diatas, objek wisata juga memerlukan fasilitas umum sebagai sarana umum yang biasa tersedia di tempat-tempat rekreasi, yaitu :

- a. WC umum
- b. Tempat Ibadah
- c. Telepon umum

apabila suatu objek wisata dapat membuat wisatawan untuk berkunjung dan betah untuk melakukan wisata disana maka akan menyedot banyak pengunjung yang kelak akan berguna juga

untuk peningkatan ekonomi baik untuk komunitas di sekitar objek wisata tersebut maupun pemerintah daerah.

## **7. Permintaan pada pariwisata**

Permintaan pada pariwisata mempengaruhi semua sektor dalam perekonomian yang tidak lain pada usaha kecil menengah, perorangan (individu), sektor pemerintah maupun perusahaan swasta, (Sinclair dan Stabler, 1997).

*World Tourism Organization, WTO (1995)* mendefinisikan permintaan pariwisata sebagai permintaan terhadap barang dan jasa yang muncul karena adanya kegiatan pariwisata. Tentu saja pihak yang melakukan permintaan adalah wisatawan itu sendiri (konsumen), serta pemerintah dan swasta dalam rangka investasi dan promosi wisata. Terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain :

- 1) Permintaan aktual atau efektif
- 2) *Suppressed demand* (permintaan yang ditunda)
- 3) Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, maka permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau diidentifikasi secara jelas. Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisa, karena belum terealisasi transaksinya.

Berikut adalah contoh fungsi permintaan pariwisata, dimana semua variabel tersebut harus sesuai dengan periode waktu yang ditentukan (Sinclair dan Stabler, 1997) :

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij}, E_{ij/k}, T_{ij}, DV) \dots\dots\dots(2)$$

**Dimana**

$D_{ij}$  : Permintaan pariwisata berdasarkan  $i$  terhadap  $j$

$Y_i$  : Pendapatan pada  $i$

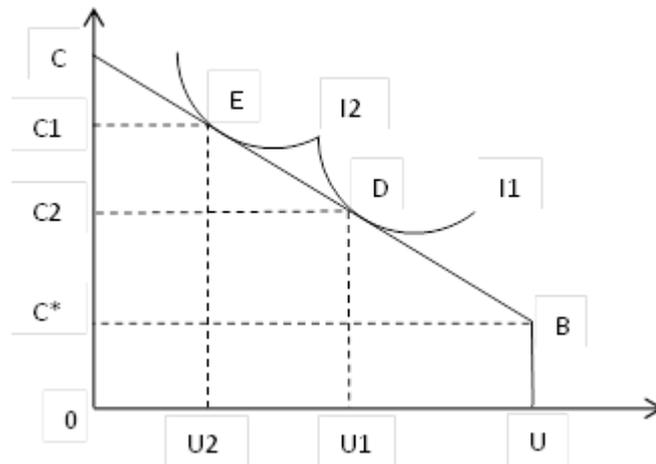
$P_{ij/k}$  : harga dari  $i$  relatif terhadap  $j$  per  $k$

$E_{ij/k}$  : Perubahan dasar dari  $i$  terhadap  $j$  per  $k$

$DV$  : variabel dummy

Permintaan pariwisata merupakan determinan pilihan individu dan anggaran belanja. Suatu keinginan untuk menghabiskan liburan yang jauh dari rumah, dengan memiliki anggaran atau tabungan yang telah disiapkan untuk berwisata ataupun berbelanja lainnya. Beberapa orang lebih memilih untuk melakukan kerja lebih demi tambahan bayaran dibanding waktu menganggur. Begitu sebaliknya, jika pihak lain menginginkan tambahan waktu menganggur untuk lebih banyak berlibur, dengan begitu waktu kerja yang dibayar menjadi sedikit dan uang yang didapat pun menjadi sedikit pula

kombinasi dalam waktu kerja dibayar dengan waktu menganggur akan memperoleh pendapatan yang bisa dibelanjakan pada barang atau jasa yang berbeda. Waktu yang tidak dibayar individu pada kombinasi dari konsumsi Kombinasi diilustrasikan oleh Gambar 2.1.



Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

GAMBAR 2. 1  
Waktu menganggur dan Konsumsi

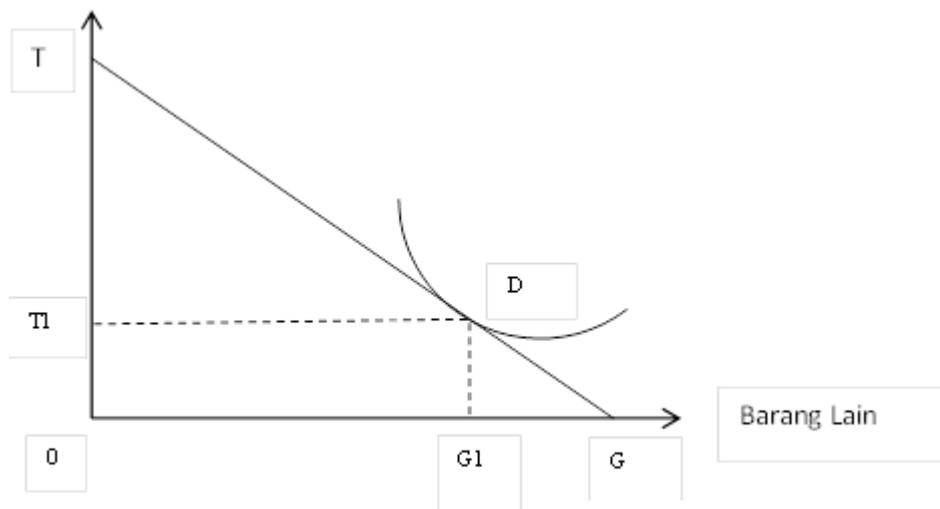
Pada garis horizontal yaitu mengukur pertambahan waktu menganggur dan pada garis vertikal digunakan untuk mengukur konsumsi. Pada garis CBU disebut dengan garis anggaran (*budgetline*). Pada titik OC merupakan titik konsumsi maksimum. Pada titik B menunjukkan bahwa konsumsi seseorang hanya  $C^*$  dan waktu menganggurnya terletak pada titik U yang berarti orang tersebut lebih banyak menggunakan waktu menganggurnya sehingga kebutuhan akan konsumsi berkurang. Sebaliknya, Pada titik E menunjukkan bahwa konsumsi orang tersebut mencapai  $C_1$  dan waktu menganggurnya terletak pada  $U_2$  yang berarti orang tersebut memiliki waktu menganggur sedikit sehingga kebutuhan akan konsumsi bertambah.

Kombinasi dari konsumsi dan waktu menganggur memiliki perbedaan yang diilustrasikan pada I1 dan I2. I1 dan I2 tersebut

dinamakan dengan kurva indifferen. Pada kurva indifferen, letaknya jauh dari titik normal yang menampilkan kombinasi waktu menganggur dan konsumsi yang tinggi dan kepuasan yang tinggi pula.

Dalam asumsi ekonomi setiap individu ingin kepuasan semaksimal mungkin dalam memilih kombinasi waktu menganggur dan barang konsumsi. Pada gambar 2.1, Titik D merupakan posisi yang cocok untuk dipilih individu. Dengan kombinasi optimal yang waktu menganggurnya sebesar OU1 dan konsumsinya OC2. Kemungkinan juga, suatu individu akan memilih titik E, yang karena posisi optimal pada waktu menganggur sebesar OU2 dengan konsumsi sebesar OC1.

Kemudian pada gambar 2.2 tentang konsumsi pariwisata dan barang lainnya.



Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

GAMBAR 2. 2  
Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya

Titik OG merupakan jumlah barang lain yang dikonsumsi dan pada titik OT merupakan jumlah konsumsi pariwisata yang dirasakan. Jumlah konsumsi pariwisata dan barang lain dinikmati tergantung pada harga dan barang lain itu. Sehingga konsumsi yang membuat lebih banyak dikarenakan oleh harga pariwisata rendah, begitupula kebalikannya (Sinclair dan Stabler, 1997).

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 indiferen 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 indiferen bersinggung dengan budget line, menghasilkan konsumsi pariwisata OT1 dan konsumsi OG1 dari barang lain. Kepuasan maksimum berada pada titik D karena pada titik tersebut kurva indiferen 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 indiferen

yang bersinggungan dengan TG ke arah kanan titik D (Sinclair dan Stabler,1997).

Secara nyata dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat antara keputusan untuk berwisata dengan harga mahal atau membeli perhiasan pada tingkat yang sama. Jika konsumen tersebut lebih berminat terhadap perhiasan, maka konsumen akan mengkombinasikan pembelian perhiasan dengan berkunjung ke tempat wisata yang lebih murah atau bahkan menghabiskan seluruh uangnya untuk membeli perhiasan.

#### **8. Faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata**

Medik (1980), ada beberapa Faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata, yaitu:

##### **a. Pendapatan**

Jika suatu individu memiliki pendapatan tinggi tentu akan menimbulkan kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi mereka membuat sebuah usaha pada daerah tujuan wisata (DTW) jika dianggap menguntungkan. Hal ini juga berlaku bagi individu, apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

b. Harga

Tingginya suatu harga baik barang maupun jasa menyebabkan efek kepada wisatawan sehingga secara langsung imbasnya dirasakan wisatawan dan permintaan wisatawan menjadi berkurang. Dan juga sebaliknya.

c. Sosial pada budaya

Keingintahuan wisatawan terhadap pengetahuan meningkatkan permintaan terhadap wisata. Adanya sosial budaya akan menambah rasa ingin tahu dan menambah pola pikir wisatawan baik itu berasal dari wisata budaya sendiri maupun wisata budaya yang lain.

d. Sosial pada politik (sospol)

Dampak ini tidak akan terasa jika daerah tujuan wisata (DTW) kondisinya situasinya tenang dan aman. Namun jika kebalikannya, tentu pengaruh dan dampaknya terasa.

e. Intensitas suatu keluarga

Permintaan akan intensitas keluarga akan memberikan dampak terhadap pariwisata. Hal ini karena jika jumlah keluarga yang berlibur banyak maka dapat dikatakan kepentingan dan kebutuhan akan wisata tersebut semakin besar.

f. Harga pada barang substitusi.

Merupakan harga barang pengganti dalam sektor pariwisata, misalnya pengganti daerah tujuan wisata (DTW). Seperti menyiapkan cadangan tempat berwisata, yaitu: Belitung tujuan utama wisata sekarang ini; namun akibat adanya kendala maupun hal-hal seperti tidak memenuhi syarat-syarat daerah tujuan wisata sehingga secara tidak langsung tujuannya akan berubah dan bisa saja daerah terdekat yang menjadi sasarannya.

g. Harga pada barang komplementer

adalah harga suatu barang yang saling membantu ataupun melengkapi. Dan apabila dihubungkan dengan pariwisata, maka dengan kata lain barang komplementer sebagai objek yang melengkapi dengan objek wisata lainnya.

## **9. Valuasi pada Ekonomi**

merupakan suatu upaya yang diterapkan untuk memasukkan nilai kuantitatif pada barang maupun jasa yang dihasilkan oleh sumber-sumber daya, baik itu sumber daya lingkungan maupun sumber daya alam.

Saat ini penggunaan sumber daya alam pada valuasi ekonomi hingga saat ini telah berkembang pesat. Perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan dalam konteks ilmu sumber daya dan lingkungan sudah cukup berkembang. Dengan kata lain, manfaat metode penilaian dalam ekonomi suatu sumber daya lingkungan maupun alam pada dasarnya bisa dikategorikan ke dalam dua kelompok besar, yaitu pendekatan berorientasi

survei dan pendekatan berorientasi pasar, pendekatan biaya perjalanan. Menurut Djijono (2000).

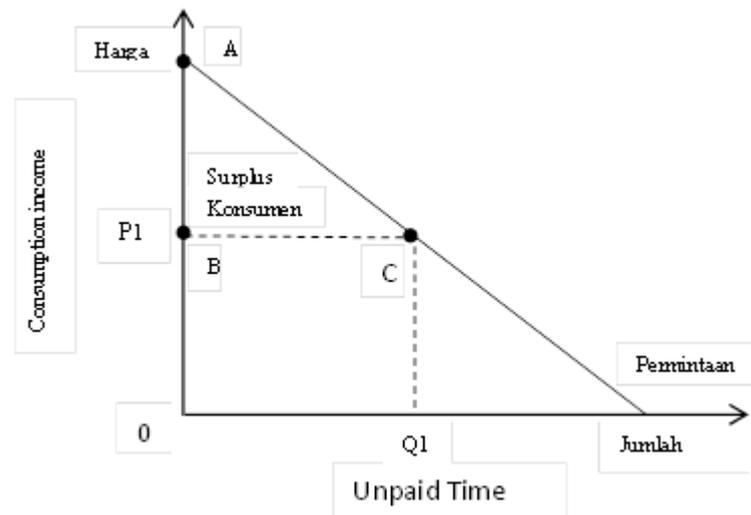
a. Pendekatan dengan orientasi pasar

- 1) Harga pasar aktual barang dan jasa melalui penilaian manfaat:
  - a) Nilai hasil produksi pada perubahan
  - b) Metode kehilangan penghasilan
- 2) Harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan dalam penilaian biaya:
  - a) Biaya penggantian
  - b) Pengeluaran pencegahan
  - c) Analisa keefektifan biaya
  - d) Proyek bayangan
- 3) Metode pasar pengganti yang digunakan:
  - a) Nilai kepemilikan dalam pendekatan
  - b) Barang pemasaran dapat dipakai sebagai barang pengganti.
  - c) Biaya perjalanan
  - d) Penggunaan nilai tanah pada pendekatan lain
  - e) Penerimaan pada kompensasi
  - f) Dengan perbedaan upah sebagai pendekatan

b. Pendekatan pada orientasi survei

- 1) Pernyataan langsung dalam kemauan dibayar (*willingness to accept*)
- 2) Pernyataan langsung dalam keinginan membayar (*willingnes to pay*)

perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli pada suatu barang dan kesediaan untuk membayar disebut juga dengan surplus konsumen. Timbulnya surplus konsumen dikarenakan konsumen tersebut menerima lebih daripada yang dibayarkan sehingga membuat hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Manfaat daripada surplus konsumen yaitu karena bisa mendapatkan tiap-tiap unit barang pada harga rendah yang sama (Samuelson dan Nordhaus, 1990). Menurut Djijono (2002) pasar yang baik yaitu pasar yang menampakkan nilai marginal, misalnya pada unit terakhir suatu produk merefleksikan nilai dari unit produk yang diperdagangkan (Djijono, 2002). Dengan demikian, surplus konsumen bisa kita ukur sebagai bagian yang diantaranya terdapat kurva garis harga dan permintaan (Samuelson dan Nordhaus, 1990).



*Sumber: Djijono, 2002*

**GAMBAR 2. 3**  
**Surplus Konsumen**

Dimana:

$P1$  = Harga pada  $P1$

$Q1$  = Banyaknya/Jumlah konsumsi pada  $Q1$

Diketahui sejumlah barang  $Q1$  merupakan tingkat yang dikonsumsi pada konsumen yang kemauan membayarnya sebesar  $P1$ . Bisa dilihat bahwa perbedaan dalam jumlah yang dikonsumsi, kemauan untuk membayar dapat ditentukan dengan fungsi manfaat. Seperti yang ada pada (Gambar 2.3). Kurva permintaan tersebut dikenal dengan nama kurva permintaan Marshall (Hufschmidt, 1987). Kurva permintaan Marshall ini digunakan karena kurvanya bisa mengukur kesejahteraan konsumen melalui surplus konsumen dan bisa diestimasi langsung, kemudian untuk

kurva Hicks yaitu kompensasi pendapatan yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan konsumen (Turner, Pearce dan Bateman).

c. Pendekatan dengan biaya perjalanan

Metode ini merupakan metode yang kali pertama dipakai dalam hipotesa nilai ekonomi pada komoditas yang tidak mempunyai nilai pasar. Berawal dari asumsi dasarnya, individu bersedia mendatangi daerah objek wisata itu demi mendapatkan manfaat tertentu tanpa membayar. Hal ini termasuk bagian dari teori ekonomi pada permintaan konsumen.

Awalnya pendekatan pada biaya perjalanan ini untuk penggunaan barang ataupun jasa dengan cara menghitung manfaat yang diperoleh masyarakat. Pada umumnya pengeluaran biaya pada tempat wisata yaitu membayar karcis yang merupakan nilai jasa lingkungan. Untuk itu, perlu dihitung berapa nilai kepuasan para wisata tersebut. (Suparmoko, 2000).

Pada saat memperkirakan nilai tempat suatu wisata tentu akan menyangkut biaya dan waktu dikorbankannya dalam hal pergi ataupun pulang dari tempat wisata. Lokasi wisatawan yang lebih dekat tentu akan lebih enak datang ke tempat wisata itu. Karena biaya yang dikeluarkan pada biaya perjalanan hanya sedikit. Hal ini berarti wisatawan berada pada surplus konsumen. Surplus konsumen yaitu kelebihan kesediaan membayar pada harga yang telah ditentukan. Untuk itu, surplus konsumen yang dimiliki wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari mereka yang tempat tinggalnya yang lebih dekat (Suparmoko, 2000).

Dalam pendekatan biaya perjalanan, terdapat dua teknik untuk menilai ekonomi yang dapat digunakan yaitu:

- a. Pendekatan individual
- b. Pendekatan yang sederhana melalui zonasi

Dengan menggunakan pendekatan zonasi pada biaya perjalanan, beberapa zona kunjungan pengunjung dibagi berdasarkan asal pengunjung atau tempat tinggal, dan jumlah kunjungan tiap minggu dalam penduduk di setiap zona penelitiannya dengan menggunakan data sekunder. Sedangkan pendekatan individual metode biaya perjalanan menggunakan data primer yang diperoleh melalui survei.

Berikut formulasi pendekatan individual dengan metode biaya perjalanan pada fungsi permintaan (Fauzi,2004):

$$V = f(C, Q, S, M, T, F)$$

Keterangan:

V= Jumlah kunjungan individu

C= Biaya perjalanan individu

Q= Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan

S= Karakteristik pada substitusi di daerah lain

M= Pendapatan individu

T= Biaya waktu yang dikeluarkan individu

F= Faktor fasilitas

Pada dasarnya, untuk menghitung nilai ekonomi suatu kawasan semua metode dapat digunakan. Suatu individu yang melakukan kegiatan

wisata atau rekreasi memerlukan mobilitas atau perjalanan dari rumah menuju objek wisata, sehingga akan memberikan korelasi positif untuk menghitung nilai ekonomi.

## **B. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tazkia (2012) dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupten Wonosobo Dengan Pendekatan Travel Cost. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor yang mempengaruhi permintaan kunjungan ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (Individual Travel Cost Method). Alat analisis penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan variabel dependen adalah jumlah kunjungan individu dan enam variabel independennya adalah biaya perjalanan ke obyek wisata pemandian air panas kalianget, pendapatan, jarak, tujuan kunjungan, kelompok kunjungan, dan biaya perjalanan ke obyek wisata lain. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat dua variabel mempengaruhi yaitu biaya perjalanan ke Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan. Surplus konsumen ini nilainya sebesar Rp469.475/tahun.

2. Menurut Sari (2011) penelitiannya “Pengembangan Pariwisata Objek Wisata Pantai Si Gandu Kabupaten Batang”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengestimasi besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung, mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung, dan menentukan strategi upaya pengembangan objek wisata.

Menggunakan metode purposive sampling dari data primer. Sedangkan data sekunder, menggunakan metode dokumentasi. Penelitian ini menggunakan 10 responden key person dan sampel sebanyak 100 responden. Menggunakan eviews 4,1 dengan pendekatan kuantitatifnya yaitu travel cost method kemudian dihitung valuasi ekonomi dengan pendekatan surplus konsumen. Dari enam variabel penelitian ini, penghasilan, umur, pendidikan, jarak, biaya perjalanan pantai sigandu, dan biaya perjalanan objek wisata lain (Pantai Widuri), yang signifikannya yaitu biaya perjalanan obyek wisata lain (Pantai Widuri), biaya perjalanan Pantai Sigandu, jarak dan penghasilan. Dan valuasi ekonomi untuk Pantai Sigandu ialah Rp 26.739.188 yang mempunyai nilai surplus per tahun ialah Rp 353.838.

3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Akrom (2014) dalam penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi yang perlu dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Pantai Cahaya adalah salah satu obyek wisata yang terletak di Kabupaten Kendal. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Cahaya adalah pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, lama perjalanan dan fasilitas. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang wisatawan yang berkunjung ke Pantai Cahaya dengan menggunakan

teknik accidental sampling. Data yang digunakan adalah data primer berdasarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya, sedangkan biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Pramudhito dengan judul Aplikasi Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) Pada Wisata Alam Studi Kasus: Air Terjun Jumog Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan Bagaimanakah potensi Air Terjun Jumog berdasarkan karakteristik sosial, trend jumlah pengunjung, penilaian ekonomis lingkungan dengan menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost*) yang ditunjukkan oleh besarnya surplus konsumen dan pengaruh variabel biaya perjalanan, pendidikan, pendapatan, jarak dan usia terhadap tingkat kunjungan per 1000 penduduk per tahun. Salah satu cara pengambilan sampel Penelitian dengan caranya dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada pengunjung. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu primer dan sekunder. Data Primer didapatkan dari penelitian secara langsung terhadap Objek penelitian yang didasarkan dari hasil kerja lapangan dalam bentuk survei dan wawancara dari wisatawan yang sedang berkunjung di Air Terjun Jumog dan Data Sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kantor Dinas

Pariwisata (Disparta), dan Instansi Pemerintahan Kabupaten Karanganyar. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

5. Menurut penelitian Igunawati (2010) dengan judul penelitian tentang Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal. Pada penelitian ini variabel biaya perjalanan ke wisata lain (Guci), biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, jarak, pendapatan individu, umur, waktu kerja, dan pengalaman berkunjung mempengaruhi jumlah permintaan wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal. Nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban menggunakan metode biaya perjalanan individu. Regresi linear berganda ini dengan menggunakan OLS dan Surplus Value nilai total ekonomi objek Wisata Tirta Waduk Cacaban. Hasil ini menunjukkan tiga variabel yang berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata yaitu biaya perjalanan menuju ke Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya dan nilai surplusnya sebesar Rp 154.271/tahun.

6. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hadi (2015) dalam penelitian tentang Valuasi Ekonomi Objek Wisata Gunung Banyak Di Kota Batu Dengan Pendekatan Individual Travel Cost. Penelitian ini menggunakan salah satu metode valuasi ekonomi lingkungan yaitu *individual travel cost method*. Lokasi penelitian yaitu objek wisata Gunung Banyak yang berada di Kota Batu. Waktu dilaksanakannya penelitian yaitu pada saat hari libur nasional tanggal 17 Agustus 2015. Pengumpulan data dilakukan dengan

survei langsung menggunakan kuisioner. Tujuan pada penelitian ini adalah menganalisis manfaat yang dirasakan pengunjung dari objek wisata Gunung Banyak serta menganalisis kesediaan pengunjung untuk membayar (*Willingness to pay*) dalam rangka ikut melestarikan dan meningkatkan pengelolaan yang lebih baik. Dalam penelitian ditemukan bahwa mayoritas pengunjung berusia 18-25 tahun dengan profesi mahasiswa. Biaya perjalanan, jarak objek wisata dari rumah, serta waktu tempuh yang dibutuhkan berpengaruh terhadap tingkat kunjungan ke objek wisata. Sedangkan pendapatan masing-masing pengunjung tidak berpengaruh. Manfaat (nilai) yang diperoleh pengunjung saat ini masih jauh diatas kesediaan membayar dari pengunjung. Sehingga diperlukan upaya dari pengelola dan pemerintah Kota Batu untuk mempertahankan, mengembangkan serta merawatnya agar eksistensi dari objek wisata Gunung Banyak ini tidak rusak dan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pengunjung.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Putra (2010) judul Evaluasi Ekonomi Lingkungan Objek Wisata Pantai Teleng Ria Dengan Metode Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) Di Kabupaten Pacitan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar nilai ekonomi wisata alam pantai Teleng Ria dilihat dari biaya perjalanan (*travel cost*) dan juga untuk mengetahui apakah tingkat pendapatan, pendidikan, umur, jarak tempat tinggal, fasilitas sarana dan prasarana, frekuensi kunjungan dan keamanan di obyek wisata berpengaruh terhadap minat wisatawan

dalam melakukan kunjungan ke pantai Teleng Ria. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian statistik deskriptif dan dilakukan di obyek wisata pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan. Metode yang digunakan berupa metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling yaitu sampling aksidental. Analisis data yang digunakan adalah analisis biaya perjalanan dan analisis regresi logistik. Berdasarkan hasil analisis biaya perjalanan diketahui bahwa nilai ekonomi wisata alam pantai Teleng Ria dengan pendekatan biaya perjalanan terbesar berasal dari Kabupaten Wonogiri sebesar Rp. 55.601.295/tahun per 1.000 penduduk.

8. Menurut dewi (2016) dalam penelitian yang berjudul Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Pemandian Air Panas Galunggung Kabupaten Tasikmalaya Pendekatan Travel Cost Method. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat berapakah perolehan nilai ekonomi pengunjung wisata, yang memakai metode biaya pada perjalanan. Objek wisata alam pemandian air panas Galunggung dipilih karena potensi wisata yang dimilikinya tergolong tinggi, akan tetapi tidak didukung dengan kemudahan akses untuk mencapai lokasi wisata. Alat analisis dalam penelitian regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan sebagai variable dependen dan lima variable sebagai variable independenya itu variabel travel cost ke Pemandian Air Panas Galunggung (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, penyusutan dan biaya lain-lain), variable biaya ke objek

wisata lain (Rp), variable penghasilan (Rp), variable jarak (km) dan variable tujuan kunjungan.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Praja (2010) dengan judul Manfaat Valuasi Ekonomi Dengan Menggunakan Travel Cost Methods Dalam Pengembangan Prasarana Dan Sarana Kawasan Pariwisata Pantai Widuri Kabupaten Pemalang. Tujuan penelitian dari manfaat valuasi ekonomi dengan menggunakan travel cost method dalam pengembangan kawasan pariwisata Pantai Widuri di Kabupaten Pemalang ini adalah untuk mengetahui seberapa besar penilaian ekonomi dalam pengembangan prasarana dan sarana kawasan pariwisata Pantai Widuri. Sasaran untuk memperoleh tujuan tersebut adalah dengan menganalisis nilai ekonomi yang memakai metode pada biaya perjalanan, memproyeksi perkembangan pengunjung obyek wisata Pantai Widuri pada tahun 2012, menganalisis kebutuhan pengembangan prasarana dan sarana di obyek wisata Pantai Widuri, dan pengembangan kawasan pariwisata Pantai Widuri. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif, dan deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan dan memaparkan hasil studi. Analisis kualitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan ketersediaan prasarana dan sarana di obyek wisata Pantai Widuri serta menganalisis kebutuhan pengembangan prasarana dan sarana dan pengembangan kawasan. Analisis kuantitatif untuk mengetahui manfaat nilai ekonomi obyek wisata Pantai Widuri dengan menggunakan metode biaya perjalanan sehingga dapat menghasilkan kurva permintaan rekreasi, serta

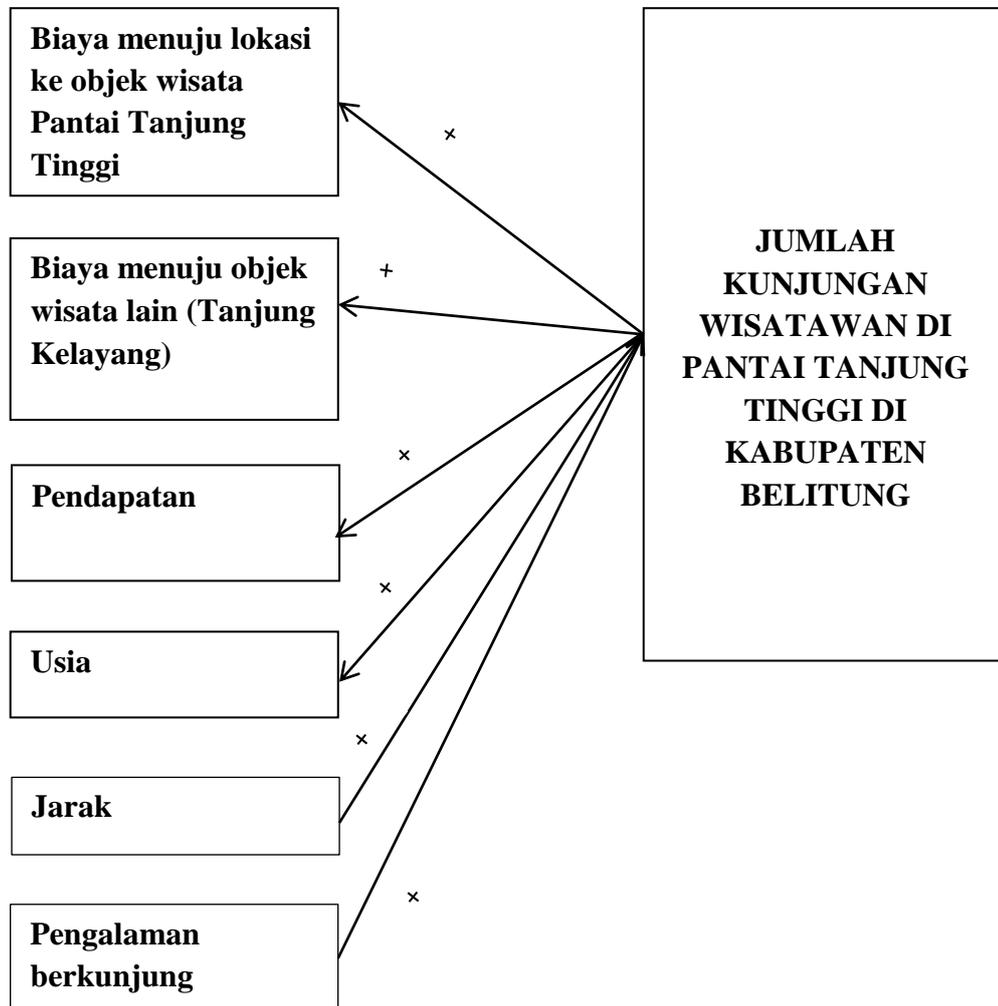
memproyeksi jumlah pengunjung obyek wisata Pantai Widuri pada tahun 2012.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Sesyazhade (2016) judul Analisis Wisata Pantai Nganteb Sebagai Penopang Perekonomian Masyarakat Pesisir Pantai (Studi Kasus Pengunjung Wisata Pantai Nganteb, Dusun Sukoreji, Desa Tumpakrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang). Penelitian ini bertujuan menganalisis penawaran dan permintaan wisata Pantai Nganteb serta nilai ekonominya. Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda untuk menganalisis sisi permintaan, metode biaya perjalanan dan regresi logistik biner untuk menganalisis sisi penawaran. Responden pada penelitian ini berjumlah 50 orang. Hasil penelitian dalam analisis regresi linier berganda ditemukan bahwa terdapat tiga variabel yang berpengaruh terhadap tingkat kunjungan individu ke wisata Pantai Nganteb yaitu; pendapatan, pengalaman berkunjung dengan item objek wisata, dan Infrastruktur dengan item informasi jalan. Sedangkan melalui analisis regresi logistik biner hanya variabel pengalaman berkunjunglah yang berpengaruh dari sisi penawaran atau minat individu untuk berkunjung ke wisata Pantai Nganteb. Dengan jumlah kunjungan sebesar 21100 orang pada tahun 2015 maka nilai ekonomi wisata Pantai Nganteb adalah sebesar Rp. 63.325.598.309 per tahun. Jika dibandingkan dengan pendapatan riil dari penjualan tiket yaitu Rp. 105.500.000 maka nilai pendapatan ini hanya 0.0016% dari nilai total ekonominya

### **C. Hipotesis**

1. Terdapat pengaruh signifikan positif antara biaya perjalanan yang di keluarkan menuju Objek Wisata pantai Tanjung Tinggi terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan
2. Terdapat pengaruh signifikan positif antara biaya perjalanan objek lain yang di keluarkan menuju Objek Wisata pantai Tanjung Tinggi terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan
3. Terdapat pengaruh signifikan positif antara pendapatan yang di keluarkan menuju Objek Wisata pantai Tanjung Tinggi terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan
4. Terdapat pengaruh signifikan positif antara usia yang di keluarkan menuju Objek Wisata pantai Tanjung Tinggi terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan
5. Terdapat pengaruh signifikan positif antara jarak yang di keluarkan menuju Objek Wisata pantai Tanjung Tinggi terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan
6. Terdapat pengaruh signifikan positif antara pengalaman berkunjung yang di keluarkan menuju Objek Wisata pantai Tanjung Tinggi terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan

#### D. Kerangka Pemikiran



GAMBAR 2. 4  
Kerangka Pemikiran