

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Secara luas pariwisata di pandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian

an suatu proses pembangunan. Pembangunan sector pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik (Spillane, 2004:14). Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang - Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataaan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

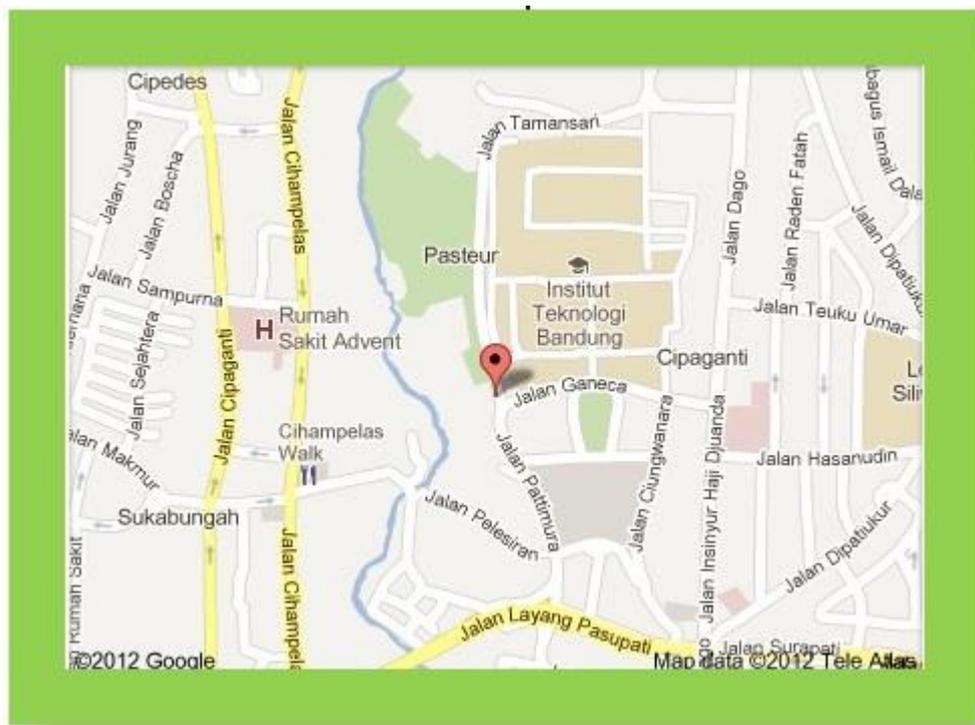
Salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam membiayai Pemerintahan Daerah adalah pajak, yang mana Pajak Daerah ini banyak jenisnya dan berbeda pemungutnya diantaranya adalah jenis-jenis Pajak Daerah Tingkat 1 terdiri dari Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di atas Air. Sedangkan Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Bahan Galian Golongan C dan Pajak Air Bawah Tanah dan Air Permukaan. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan belanjanya, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan (Tourism Final Demand) pasar barang dan jasa. Selanjutnya Final Demand wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (Investment Derived Demand) untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran dan lain - lain (Spillane, 2004:20). Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara

Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah sangat mendukung bagi berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia.

Perkembangan pariwisata mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan belanjanya, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan (*Tourism Final Demand*) pasar barang dan jasa. Selanjutnya Final Demand wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (*Investment Derived Demand*) untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran dan lain – lain (Spillane, 2004:20)

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Pariwisata adalah hal yang paling disukai oleh banyak orang. Hal ini diketahui dari semakin meningkatnya kunjungan wisatawan asing maupun lokal ke kawasan wisata di Indonesia setiap tahunnya. Semakin menarik tempat wisata, semakin banyak juga peningkatan pengunjung setiap tahunnya. Pemanfaatan media promosi dalam kawasan wisata akan sangat diperlukan. Hal ini dikarenakan banyaknya informasi menarik terkait kegiatan pariwisata yang

dapat diketahui oleh banyak orang. Di Indonesia banyak tempat rekreasi wisata salah satunya tempat rekreasi Kebun Binatang, seperti Ragunan (Jakarta), Taman Safari (Bogor), Gembira Loka (Yogyakarta), Bali Bird Park (Bali), dan Kebun Binatang Bandung (Bandung).



Gambar 1.1

Peta objek wisata Kebun Binatang Bandung

Objek penelitian berupa kawasan wisata yang akan diteliti adalah Kebun Binatang Bandung. Kebun Binatang Bandung ini pada awalnya di kenal dengan nama *Derenten* (dalam bahasa sunda) yang artinya kebun binatang. Kebun binatang bandung didirikan pada tahun 1930 oleh *Bandung Zoological Park (BZP)*, yang dipelopori oleh Direktur Bank Dennis atau yang terkenal sekarang Bank Jabar yaitu Hoogland dan seorang warga bandung itu sendiri yaitu Raden

Ema Bratakusumah. Pengesahan pendirian kebun binatang ini diwenangi oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda dan pengesahannya dituangkan pada keputusan 12 April 1933 No.32 pada saat jepang menguasai daerah ini, tempat tersebut kurang terkelola, hingga tahun 1948, dilakukan rehabilitas untuk mengembalikan fungsi tempat wisata ini.



Gambar 1.2

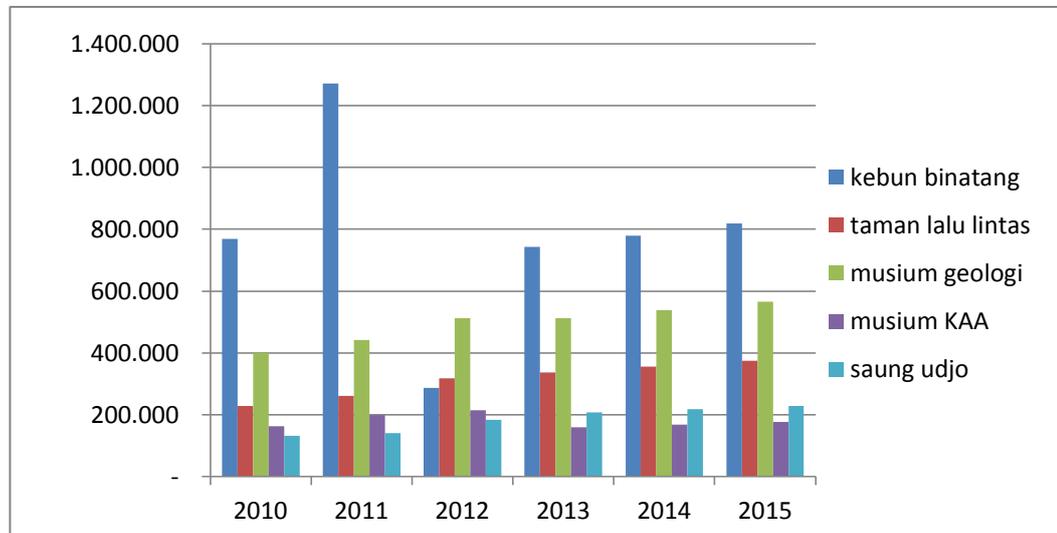
Kebun Binatang Bandung

Pada tahun 1956 atas inisiatif dari Raden Ema Bratakusumah, *Bandung Zoological Park* dibubarkan dan berganti menjadi Yayasan Marga Satwa Tamansari pada tahun 1957. Kebun binatang ini ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun asing pada hari libur atau *weekend*. Kebun Binatang Bandung merupakan tempat wisata keluarga favorit di Bandung , karena kawasannya yang

masih sejuk dengan banyak pepohonan sehingga tidak sedikit keluarga yang berpiknik ditempat ini. Pada saat ini Kebun Binatang Bandung memiliki \pm 213 jenis satwa dengan jumlah 1.135 ekor. Salah satu jenis bintangnya antara lain komodo dan harimau. Selain itu masih ada pula hiburan – hiburan lainnya yang dapat dinikmati para pengunjung di Kebun Binatang Bandung. Salah satu diantaranya adalah museum zoology yang di dalamnya terdapat berbagai jenis binatang yang diawetkan dan ikan – ikan hias dari berbagai dunia, ada juga permainan anak – anak, perahu dayung, waktu weekend ada hiburan kesenian tradisional sunda seperti ketuk tilu, wayang golek, calung. Kabar terbaru tahun 2016 awal dari kebun binatang bandung ini bahwa ada salah satu binatang di dalamnya yaitu gajah sakit sehingga meninggal dunia. Itu dikarenakan belum adanya dokter hewan khusus di kebun binatang tersebut. Sehingga sempat di boikot dan akan ditutup namun ternyata tidak, dan ada lagi berita buruk yang tersebar, seorang wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke kebun binatang tersebut melihat seorang beruang madu yang kurus kering tidak terawat sehingga memakan kotorannya sendiri. Sehingga membuat jumlah pengunjung ke kebun binatang menurun. Namun pada tabel di bawah ini dapat kita lihat perkembangan jumlah pengunjung wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara ke obyek wisata Kebun Binatang Bandung.

Gambar 1.3

Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Kota Bandung



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2016

Dilihat dari gambar diatas, jumlah pengunjung mengalami perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun kunjungan wisatawan lebih banyak ke obyek wisata kebun binatang dibandingkan obyek wisata lainnya. hal ini bisa disebabkan oleh Objek dan daya tarik wisata Kebun Binatang Bandung yang pada umumnya dikunjungi para wisatawan dari luar Kota Bandung (*sub urban tourist*) atau wisatawan mancanegara. Pada akhir minggu dan pada hari – hari libur Kebun Binatang sangat ramai di kunjungi para wisatawan nusantara. Sehingga Kebun Binatang Bandung menampilkan beberapa atraksi diantaranya, pertunjukan kesenian tradisional sunda, aneka permainan lainnya, agar pengunjung merasa senang berada di Kebun Binatang Bandung, selain tempat untuk rekreasi Kebun Binatang menjadi tempat sarana pendidikan untuk anak – anak agar mereka dapat

mengetahui berbagai jenis satwa. Berdasarkan latar belakang diatas maka perlu diadakan suatu penelitian tentang. **“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Di Kebun Binatang Bandung”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan terhadap minat kunjungan ke Kebun Binatang Bandung ?
2. Bagaimana pengaruh jarak terhadap minat kunjungan ke Kebun Binatang Bandung ?
3. Bagaimana pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap minat kunjungan ke Kebun Binatang Bandung ?
4. Bagaimana dampak jumlah minat kunjungan wisatawan terhadap perkembangan Kebun Binatang Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan terhadap minat kunjungan wisatawan ke Kebun Binatang Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh jarak antara daerah asal (tempat tinggal wisatawan) ke Kebun Binatang Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap kunjungan ke Kebun Binatang Bandung.

4. Untuk mengetahui dampak jumlah minat kunjungan wisatawan Kebun Binatang Bandung terhadap perkembangan Kebun Binatang Bandung.

1.4 Manfaat penelitian

Dari data informasi yang berhasil dikumpulkan, berdasarkan hasil penelitian dan studi literatur dapat berguna bagi operasional maupun pengembangan ilmu.

1.4.1. Manfaat Praktis

a. Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat maupun masukan – masukan yang berharga bagi Pemerintah Daerah Kota Bandung sehingga memotivasi Pemerintah Daerah Kota Bandung untuk menggalakkan wisata.

b. Pihak lain

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat bagi pihak lain sehingga mengetahui seberapa besar peranan obyek wisata khususnya Kebun Binatang Bandung dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Bandung.

1.4.2. Manfaat Teoritis

a. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai peranan hiburan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah melalui penerapan ilmu dan teori yang penulis peroleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini sehingga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya.

b. Peneliti lain

Diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan referensi maupun bahan pertimbangan bagi mereka yang menjadikan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai peranan obyek wisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dan dapat dijadikan sumber pembandingan dalam penelitian dengan tema yang sama.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Definisi Pariwisata

Pariwisata menurut UU No.9 tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha – usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subyek wisata yaitu orang – orang yang melakukan perjalanan wisata dan obyek wisata yang merupakan tujuan wisatawan. Berbagai – macam pendapat para ahli mengenai pariwisata diantaranya :

1. Menurut Richard Sihite (2006:46-47)

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata – mata untuk menikmati kegiatan pertamsyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan beraneka ragam.

2. Menurut Kodhyat (1983:4)

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

3. Menurut James J Spillane (1982:20)

Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan.

Berdasarkan Smith, Stephen L.S. 1998, wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu :

1. *Domestic Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu Negara yang mempunyai tempat di dalam Negara yang bersangkutan.
2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk disuatu Negara.
3. *Outbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu Negara ke Negara lain
4. *Internal Tourism* adalah merupakan kombinasi antara *domestik* dan *outbound tourism*
5. *Internasional Tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound tourism* dan *outbound tourism*. Wisatawan yang dibedakan lagi menjadi wisatawan Internasional (*mancanegara*) adalah yang melakukan perjalanan wisata

diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya. Wisatawan Nasional menurut Badan Pusat Statistik adalah sebagai berikut:

Wisatawan Nasional (*domestic*) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang – kurangnya 24 jam atau menginap untuk masuk apapun kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah di tempat yang dikunjungi (Direktorat Jendral Pariwisata, 1985:17).

2.1.2 Peran Pariwisata dalam Pembangunan

Pariwisata juga dikatakan sebagai katalisator dalam pembangunan, karena dampak yang diberikannya terhadap kehidupan perekonomian di negara yang dikunjungi wisatawan. pariwisata merupakan faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara, karena mendorong perkembangan beberapa sektor perekonomian nasional, misalnya :

Peningkatan kegiatan perekonomian sebagai akibat dibangunnya sarana dan prasarana demi pengembangan pariwisata.

- Meningkatnya industri – industri yang erat kaitannya dengan pariwisata
- Meningkatnya hasil pertanian dan peternakan untuk keperluan hotel dan restoran.
- Meningkatkan permintaan terhadap : *handicraft, souvenir, goods, at printing* dll.

- Memperluas barang – barang lokal untuk lebih dikenal oleh dunia internasional.
- Meningkatkan perolehan devisa negara, sehingga dapat mengurangi beban defisit neraca pembayaran
- Memberikan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, peningkatan penerimaan pajak bagi pemerintah dan peningkatan pendapatan nasional.
- Membantu membangun daerah – daerah terpencil yang selama ini tidak tersentuh pemerintah.
- Mempercepat perputaran perekonomian pada negara – negara penerima kunjungan wisata.
- Dampak penggandaan yang ditimbulkan pengeluaran wisatawan, sehingga memberi dampak positif bagi pertumbuhan daerah tujuan wisata yang dikunjungi wisatawan.

2.1.3 Industri Pariwisata

Industri Pariwisata dapat diartikan sebagai sehimpunan bidang usaha yang menghasilkan berbagai jasa dan barang yang di butuhkan oleh mereka yang melakukan perjalanan wisata. Menurut S.Medik, setiap produk, baik yang nyata maupun maya yang di sajikan untuk memenuhi kebutuhan tertentu manusia, hendaknya dinilai sebagai produk industri. Jika sejempit kesatuan produk hadir diantara berbagai perusahaan dan organisasi sedemikian sehingga memberi ciri pada keseluruhan fungsi mereka serta menentukan tempatnya dalam kehidupan ekonomi, hendaknya dinilai sebuah industri.

Sebagaimana yang dikemukakan UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) dalam *The International Recommendations For Tourism Statistics 2008*, Industri Pariwisata meliputi; Akomodasi untuk pengunjung, Kegiatan layanan makanan dan minuman, Angkutan penumpang, Agen perjalanan wisata dan kegiatan reservasi lainnya, Kegiatan budaya. UNWTO merupakan Badan Kepariwisataaan Dunia dibawah naungan PBB. Menurut Undang – undang Pariwisata No 10 tahun 2009, Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

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

1. Attractions (daya tarik)

Attractions dapat digolongkan menjadi site attractions dan event attractions. Site attractions merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat – tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan event attractions adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival, pameran, atau pertunjukan kesenian daerah.

2. Facilities (fasilitas – fasilitas yang diperlukan)

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat

tujuan wisata, wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas yang tersedia di tempat persaingan di pasar yang sama. Jenis fasilitas penginapan ditentukan oleh persaingan, setidaknya fasilitas yang ditawarkan harus sama dengan fasilitas yang tersedia di tempat persaingan di pasar yang sama. Jenis fasilitas yang tersedia ditempat persaingan di pasar yang sama. Jenis fasilitas penginapan juga ditentukan oleh jenis angkutan yang digunakan oleh wisatawan, misalnya perkembangan lapangan pesawat terbang sering menciptakan kebutuhan hotel – hotel yang bermutu. Selain itu ada kebutuhan akan Support Industries yaitu toko souvenir, laundry, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

3. Infrastructure (infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi dibawah dan diatas tanah dari suatu wilayah atau daerah, bagian penting dari infrastruktur pariwisata termasuk :

- Sistem pengairan
- Jaringan komunikasi
- Fasilitas kesehatan
- Sumber listrik dan energi
- Sistem pembuangan kotoran/ air
- Jalan – jalan / jalan raya

Jika semakin lama suatu tempat tujuan menarik semakin banyak wisatawan, maka dengansendirinya akan mendorong perkembangan infrastruktur. Dalam kasus lain hal yang sebaliknya lah yang berlaku.

4. Transportations (transportasi)

Dalam pariwisata, kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata, transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala – gejala pariwisata, yang menyebabkan pergerakan seluruh roda industri pariwisata mulai dari tempat sang wisatawan tinggal menuju tempat dimana objek wisata berada sampai kembali lagi ketempat asli.

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 mereka datangi. Situasi yang kurang aman mengenai makanan, air, atau perlindungan memungkinkan orang menghindari berkunjung ke suatu lokasi, maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

2.1.4 Jenis dan Fungsi Pariwisata

Sesuai potensi alam yang dimiliki suatu negara, maka timbul bermacam – macam pariwisata yang dikembangkan sebagai kegiatan, yang lama – kelamaan mempunyai ciri tersendiri. Jenis – jenis pariwisata dapat dibedakan menurut letak geografisnya yaitu : pariwisata lokal, pariwisata regional, dan pariwisata nasional yang terdiri dari pariwisata dalam negeri dan pariwisata nasional. Menurut pengaruhnya terhadap pembayaran yaitu : pariwisata aktif dan pariwisata pasif. Dikatakan pariwisata aktif karena dengan masuknya wisatawan asing tersebut, berarti dapat memasukan devisa bagi negara yang dikunjungi, yang dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara tersebut. Dan disebut pariwisata pasif, karena dilihat dari pemasukkan devisa, kegiatan ini merugikan asal wisatawan, karena uang yang seharusnya dibelanjakan didalam negeri dibawa ke luar negeri.

Berdasarkan Intruksi Presiden No.9/1969 mengenai tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia meliputi 3 aspek pokok yaitu segi sosial, segi ekonomi, dan segi budaya. Dengan demikian fungsi pariwisata juga mencakup tiga aspek tersebut. Hal ini seperti dikemukakan oleh Hartono (1974:45) seperti berikut ini : “peranan pariwisata dalam pembangunan Negara pada garis besarnya, berintikan tiga segi yaitu segi ekonomi (sumber devisa dan pajak), segi sosial (penciptaan kesempatan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan kita pada wisatawan asing). Fungsi pariwisata dari segi ekonomi dapat dikemukakan bahwa dari sektor pariwisata dapat diperoleh devisa, baik berupa pengeluaran para wisatawan asing maupun sebagai penanam modal dalam industri pariwisata

termasuk penerimaan berupa retribusi bagi wisatawan. adapun jumlah penerimaan dari sektor pariwisata ditentukan oleh tiga faktor utama yaitu : Jumlah wisatawan yang berkunjung, jumlah pengeluaran wisatawan, dan lamanya wisatawan menginap.

Fungsi sosial yang paling dominan dari sektor pariwisata adalah perluasan penyerapan tenaga kerja baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha kepariwisataan dengan segala sesuatunya yang berhubungan dengan pariwisata sangat membutuhkan tenaga kerja yang banyak sehingga dapat membantu mengurangi persoalan pengangguran.

Penciptaan kesempatan kerja secara langsung dapat dikemukakan misalnya dibidang perhotelan, restoran, biro perjalanan, obyek wisata, dan kantor pariwisata pemerintah. Sedangkan penyerapan tenaga kerja tidak langsung, seperti meningkatnya hasil produksi di bidang pertanian dan kerajinan tangan karena termotivasi dengan kunjungan wisatawan.

Dalam hal fungsi pariwisata dari segi budaya dapat diartikan sebagai memperkenalkan dan mendayagunakan kebudayaan Indonesia. Seperti diketahui bahwa sesungguhnya kebudayaan merupakan milik rakyat sebuah negara yang merupakan manifestasi dan karya dan kreasi yang spiritual dari manusia yang membentuk rakyat sebuah negara dan menjadi sasaran utama dari perasaan keingintahuan dari seseorang yang asing bagi negara tersebut. Seperti dimaklumi tentang alam Indonesia seperti panorama alam, iklim tropis, daerah khatulistiwa yang dipadukan dengan aneka ragam koleksi, seni budaya dan tata kehidupan

masyarakat yang khas adalah merupakan salah satu sumber berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia.

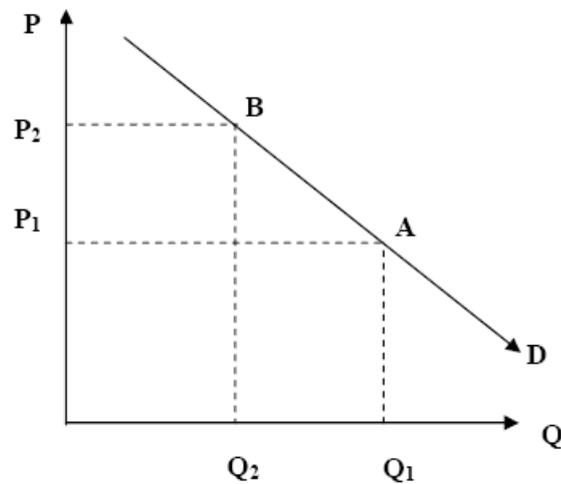
2.2 Permintaan Minat Wisatawan yang Berkunjung ke Kebun Binatang Bandung

Permintaan adalah sejumlah produk barang atau jasa yang merupakan barang – barang ekonomi yang akan dibeli konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode dan dalam jumlah tertentu. Demand seperti ini lebih tepat sebagai permintaan pasar (market demand), dimana tersedia barang tertentu dengan harga yang tertentu pula (Oka A. Yoeti, 2008).

Permintaan yang dilakukan oleh individu terhadap suatu komoditas dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Sukirno (2010), faktor – faktor yang menentukan permintaan masyarakat terhadap suatu barang, yaitu : harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata – rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk dan ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal ini diasumsikan tetap (Samuelson dan Nordhaus, 1998). Semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (Mc. Eachern, 2000).

Gambar 2.1
Kurva Permintaan



Sumber : Gilarso dalam Hidayat, 2011

Kurva permintaan digambarkan seperti yang terlihat dalam gambar 2.1 jumlah yang mau di beli (Q) diukur dengan sumbu X (horisontal), sedangkan harga diukur dengan sumbu Y (vertikal). Kurva permintaan menunjukkan bahwa antara harga dan jumlah yang mau di beli terdapat suatu hubungan yang negatif atau berbalikan, yaitu jika harga naik, maka jumlah yang dibeli akan berkurang dan jika harga turun, maka jumlah yang dibeli akan bertambah. Gejala ini disebut hukum permintaan (Gilarso dalam Hidayat, 2011). Fungsi Permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$QD = f (PQ, Ps.i, Y, S, D).....(2.1)$$

Keterangan :

QD = Jumlah barang yang diminta

PQ = Harga barang itu sendiri

Ps.i = Harga barang substitusi

Y = Pendapatan

S = Selera

D = Jumlah penduduk

Beberapa faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut Mc. Eachern (2000) adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta lebih besar pada setiap tingkat harga. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. Perubahan pendapatan akan menimbulkan permintaan berbagai jenis barang antara lain sebagai berikut :

a. Barang inferior

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

b. Barang esensial

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

c. Barang normal

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

d. Barang mewah

Barang mewah adalah barang yang banyak dikonsumsi oleh konsumen dengan pendapatan yang relatif tinggi setelah dapat memenuhi kebutuhan pokok. Contoh barang mewah adalah emas, kendaraan mewah, perabot rumah mewah.

2. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketidadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat – sifat lain yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang

terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan. Selera seseorang dapat dipengaruhi oleh, misalnya umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.

3. Harga Barang – barang yang berkaitan

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat di bedakan menjadi tiga golongan yaitu :

a. Barang pengganti

Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang, barang tersebut dapat bersifat substitusi (pengganti). Apabila harga barang lain lebih murah maka jumlah permintaan terhadap barang yang digantikan akan mengalami penurunan.

b. Barang pelengkap

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

c. Barang netral

Apabila dua jenis barang tidak mempunyai hubungan maka perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya.

4. Perubahan dugaan tentang harga relatif di masa depan

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

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

5. Jumlah Penduduk

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

Intosh (1995) juga mengemukakan bahwa permintaan juga sangat penting dalam kepariwisataan. Jumlah permintaan untuk perjalanan atau tujuan khusus merupakan perhatian besar bagi siapa saja yang terlibat dalam kepariwisataan. Adapun data permintaan penting antara lain: adapun data pengunjung yang datang, menggunakan alat transportasi apa, berapa lama mereka tinggal dan apa jenis penginapan dan berapa banyak uang yang telah dihabiskan atau dibelanjakan. Ada beberapa ukuran permintaan, permintaan biasanya lebih mudah menghasilkan dan biasanya berasal dari minat umum dibanding yang lain.

Menurut Intosh (1995), bahwa suatu permintaan dalam kepariwisataan dapat dikategorikan menjadi beberapa komponen sebagai berikut :

1. Permintaan menjadi sebuah tujuan.

Permintaan dalam kepariwisataan dapat dijadikan sebuah tujuan, contohnya telah terjadi dalam beberapa kasus bahwa permintaan perjalanan tujuan khusus akan menjadi kecenderungan orang – orang untuk jalan – jalan dan timbal balik dari hubungan berlawanan antara tempat asal dan tempat tujuan.

2. Jarak ekonomi

Jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik.

3. Jarak budaya

Jarak budaya berhubungan dengan tingkat budaya dari wilayah asal wisatawan berbeda dengan budaya tuan rumah.

4. Biaya pelayanan

Semakin besar biaya perjalanan suatu tujuan, semakin besar ketidakinginan untuk pergi ke tempat tersebut untuk itu permintaan menjadi rendah. Faktor ini menangkap hubungan terbalik antara harga dari sebuah barang atau pelayanan dan permintaannya

5. Kualitas pelayanan

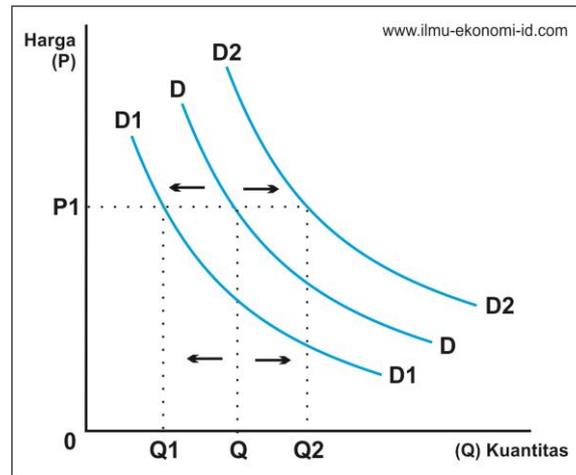
Semakin tinggi kualitas pelayanan suatu tujuan semakin kecil ketidakinginan untuk pergi ke tempat tersebut.

6. Musim

Efek dari musim pada permintaan sangat nyata hubungan daya tarik yang diberikan suatu tempat tergantung waktu dalam tahun dari perjalanan yang direncanakan

Gambar 2.2.

Pergeseran Kurva Permintaan karena Perubahan Selain Harga



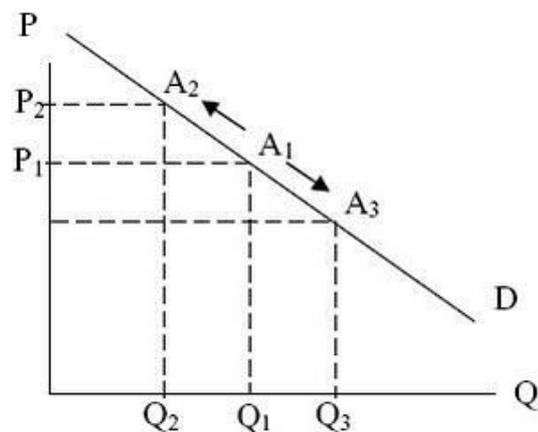
Kurva permintaan dibuat dengan mengasumsikan hal lain selain harga barang seperti misalnya selera tidak berubah atau tetap, hal tersebut dinamakan *ceteris paribus*. Jika dalam asumsi berarti akan terjadi perubahan permintaan konsumen yang artinya juga kurva permintaan akan kekanan atas maupun sebaliknya.

Jika dilihat pada kurva diatas, pada awalnya kurva permintaan pada garis lengkung D atau pada harga P1 dan kuantitas Q. Namun pada saat tingkat pendapatan seseorang naik, kurva permintaan yang tadinya pada garis lengkung D akan bergeser ke kanan atas menjadi D2 meskipun harga tetap pada P1, tetapi kuantitas barang yang diminta naik menjadi Q2. Pergeseran garis lengkung D yang bergeser menjadi d2 inilah yang dinamakan dengan peningkatan permintaan, sedangkan perubahan Q menjadi Q2 dinamakan dengan peningkatan permintaan jumlah barang.

Dan kurva diatas dapat disimpulkan bahwa ketika pendapatan konsumen meningkat dan harga barang tetap, maka jumlah barang yang diminta akan bertambah dan permintaan konsumen meningkat. Tetapi ketika pendapatan konsumen menurun dan harga barang tetap, maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan dan menyebabkan permintaan konsumen juga menurun.

Gambar 2.3.

Pergerakan kurva jika terjadi perubahan harga



Perubahan sepanjang kurva permintaan berlaku apabila harga barang yang diminta menjadi semakin tinggi atau semakin menurun. Jika dilihat pada kurva diatas, pada awalnya kurva permintaan pada garis lengkung D atau pada harga P₁ dan kuantitas Q₁. Namun pada saat tingkat harga naik, kurva permintaan yang tadinya pada garis Q₁ akan bergeser ke kiri atas menjadi Q₂ dan harga menjadi P₂. Dan jika mengalami penurunan harga dari P₁ ke P₃ bergeser ke kanan bawah

sehingga kuantitas Q1 menjadi Q3. Maka jika terjadi perubahan harga menjadi naik kuantitas akan mengalami penurunan, sebaliknya jika

2.2.1 Permintaan Pariwisata.

Permintaan dalam pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya bagi wisatawan. Fasilitas dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda-beda pula. Permintaan dalam pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata diperlukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang daerah tujuan wisata, hotel tempat untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa (Yoeti,2008:119).

Konsumen mempunyai tingkah laku yang beragam dalam memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa (*goods and services*). Yoeti (2008) mengungkapkan terdapat tiga tingkah laku konsumen (*consumer behaviour*) dalam memenuhi kebutuhan terhadap barang dan jasa, yaitu:

1. Keterbatasan pendapatan (*income*).
2. Melakukan pembelian dengan bertindak secara rasional.
3. Ingin mencapai kepuasan (*to maximize their total satisfaction*).

Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian, perorangan (individu), Usaha Kecil Menengah, Perusahaan Swasta, dan Sektor

Pemerintah. Data vital yang dapat dijadikan indikator permintaan wisatawan akan suatu daerah wisata adalah :

1. Jumlah atau kuantitas wisatawan yang datang.
2. Alat transportasi apa yang digunakan sehubungan dengan kedatangan wisatawan tersebut.
3. Berapa lama waktu tinggal.
4. Berapa jumlah uang yang dikeluarkan.

Menurut Yoeti (2008:123-128) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata antara lain sebagai berikut :

1. Faktor-Faktor Permintaan Umum (*General demand factors*)

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

- a. Daya Beli (*Purchasing power*)

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

- b. Struktur Demografi dan Kecenderungan (*Demographic structure and trends*)

Besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata.

Negara yang memiliki penduduk banyak tetapi pendapatan perkapitanya kecil akan memiliki kesempatan kecil untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor lain adalah struktur usia penduduk, penduduk yang masih muda dengan pendapatan rata-rata relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya dibanding dengan penduduk yang berusia pensiun.

c. Sosial dan Faktor-Faktor Budaya (*Social and cultural factors*)

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

d. Motivasi Berwisata dan Sikap (*Travel motivations 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 membuat perjalanan akan sering dilakukan dan tentunya akan meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.

e. Kesempatan untuk Berwisata dan Intensitas Pemasaran (*Opportunities to travel and tourism marketing intensity*)

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

2. Faktor-Faktor yang menentukan permintaan khusus (*Factors determining specific demand*)

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

a. Harga

Pada kebanyakan industri jasa harga biasanya menjadi masalah kedua karena yang terpenting adalah kualitas yang harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Dalam kepariwisataan sudah biasa dilakukan *price differentiation* secara umum sebagai suatu strategi dalam pemasaran.

b. Daya tarik wisata

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

c. Kemudahan Berkunjung

Aksesibilitas ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan, wisatawan menginginkan tersedianya macam-macam transportasi yang dapat digunakan dengan harga yang bervariasi. Karena biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan.

d. Informasi dan layanan sebelum kunjungan

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

e. Citra

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

Menurut Ariyanto (2005), ada berbagai faktor yang menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi objek wisata yaitu : lokasi, fasilitas, citra, harga / tarif dan pelayanan. Menurut Mill dan Morrison (1985), ada beberapa variabel sosio ekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata, yaitu:

a) Umur

Hubungan antara pariwisata dan umur mempunyai dua komponen, yaitu besarnya waktu luang dan aktivitas yang berhubungan dengan tingkatan umur tersebut. Terdapat beberapa perbedaan pola konsumsi antara kelompok yang lebih tua dengan kelompok muda.

b) Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor penting dalam membentuk permintaan untuk mengadakan perjalanan wisata. Bukan hanya perjalanan itu sendiri yang memakan biaya, namun wisatawan juga harus mengeluarkan uang untuk jasa yang terdapat ditempat tujuan wisata dan di semua aktivitas yang dilakukan selama mengadakan perjalanan.

c) Jenis Kelamin

Disini terjadi banyak persamaan dibandingkan perbedaan dalam penyediaan waktu luang, baik laki-laki maupun perempuan. Namun ada kecenderungan perempuan lebih banyak melakukan kegiatan budaya (*cultural activities*), sedangkan laki-laki lebih menyukai rekreasi ditempat terbuka (*outdoor recreation*) atau olahraga.

d) Pendidikan

Tingkat pendidikan mempengaruhi tipe dari waktu luang yang digunakan dalam perjalanan yang dipilih. Selain itu, pendidikan merupakan motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, atau dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi pandangan

seseorang dan memberikan lebih banyak pilihan yang dapat diambil seseorang.

Permintaan pariwisata juga didasarkan pada anggaran belanja yang dimilikinya, hal ini merupakan kunci dari permintaan pariwisata. Seseorang akan mempertimbangkan untuk mengurangi anggaran yang dimilikinya untuk suatu kepentingan liburan.

Sementara itu kegiatan liburan atau pariwisata ini merupakan suatu aktivitas yang dapat menciptakan permintaan karena kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan sendirinya akan memerlukan pelayanan seperti transportasi akomodasi, *catering*, restoran, hiburan, dan pelayanan lainnya.

Dalam kondisi ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk berpariwisata dan pada selain itu juga dapat digunakan seluruhnya untuk mengkonsumsi barang lain. Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang tergantung 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.

2.2.2 Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

2.2.2.1 Pengertian Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan. Dimana objek dan daya tarik wisata dapat menyukseskan

program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai aset yang dapat di jual kepada wisatawan.

Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan. Dalam arti luas, apa saja yang mempunyai daya tarik wisata atau menarik wisatawan dapat disebut sebagai objek dan daya tarik wisata.

Produk pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan, dimiliki dan dinikmati oleh wisatawan sejak ia meninggalkan rumah, tempat tinggal sampai ke daerah wisata yang dipilihnya hingga kembali ke tempat asalnya. Adapun yang dimaksud dengan produk industri wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh oleh wisatawan.

Menurut UU No.9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV tentang kepariwisataan menjelaskan perbedaan antara objek dan daya tarik wisata adalah :

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang – binatang langka.
2. Objek dan daya wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata argo), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.

3. Sarana wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat pembelanjaan, sungai air deras, tempat – tempat ibadah, tempat – tempat ziarah, dan lain – lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha – usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi :
 - a. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
 - b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti : kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat. Dan yang bersifat alamiah, seperti : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.

2.2.2.2 Unsur Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Tourist Service adalah segala fasilitas yang digunakan dan aktifitas yang dilakukan dimana pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Untuk dapat menjadi suatu daerah tujuan wisata yang baik maka kita harus mengembangkan tiga hal, yaitu :

- a. *Something to see*, adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat.
- b. *Something to buy*, adalah segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk di beli.
- c. *Something to do*, yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan ditempat tersebut.

Ketiga hal itu merupakan unsur – unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :

1. Harus mampu bersaing dengan objek wisata yang ada di daerah lain.
2. Memiliki sarana pendukung yang memiliki ciri khas sendiri/
3. Harus tetap tidak berubah dan tidak berpindah – pindah kecuali di bidang pembangunan dan pengembangan.
4. Harus menarik.

2.2.3 Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel cost Method*)

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan ini digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa – jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata. Pada umumnya hanya di pungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu di perhitungkan pula kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut tentu menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud tersebut adalah permintaan efektifnya yang diikuti dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000).

2.2.4 Lama Perjalanan (*Travel Time*)

Waktu perjalanan (*travel time*) didefinisikan sebagai total / keseluruhan waktu yang dibutuhkan oleh suatu modal/ kendaraan untuk menempuh suatu rute perjalanan dari daerah asal menuju daerah tujuan (McShane, 2001). Untuk mengetahui waktu yang diperlukan dalam perjalanan ini maka dibutuhkan perhitungan nilai waktu perjalanan, dimana perhitungan ini menghasilkan data berupa waktu yang dibutuhkan untuk menjalani suatu ruas jalan, kecepatan kendaraan dan juga tundaan .

Waktu perjalanan adalah jumlah waktu yang diperlukan dari asal sampai pada tujuan. Waktu perjalanan dapat berbeda dari setiap pengukuran, hal ini dipengaruhi oleh keadaan jalan, seperti lamanya waktu terkena lampu merah, terkena macet, berhenti karena ada kereta api yang melintas, dan sebagainya. Waktu perjalanan akan dikatakan konsisten apabila waktu perjalanan yang diperoleh setiap harinya sama atau tidak berbeda jauh dari sebelumnya. Bagi para pengguna jalan, waktu perjalanan sangatlah penting dalam berpergian, karena dengan adanya waktu perjalanan yang konsisten akan membantu para pengguna jalan untuk merencanakan waktu perjalanannya (McShane, 2001). Waktu perjalanan dapat diperoleh dengan rumus (McShane, 2001): $Travel\ time = Arrival\ time - Departure\ time$

2.3 Hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen

Hubungan antara variabel independen dengan dependen menjelaskan hubungan tentang adanya keterkaitan antara variabel dependen dengan variabel independen .

2.3.1 Hubungan antara Biaya perjalanan dengan Jumlah Minat Kunjungan Wisatawan

Jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik (Mc.Intosh, 1995 : 298). Biaya

perjalan (*travel cost*) merupakan salah satu alasan dari wisatawan memilih tujuan wisatanya. Wisatawan cenderung memperhatikan tingkat biaya sebelum melakukan perjalanan. Hal ini karena tidak semua wisatawan memiliki budget tidak terbatas. Jika seseorang wisatawan memiliki dana terbatas, maka wisatawan tersebut dapat memilih lokasi yang dekat dengan tempat tinggalnya sehingga hal ini dapat mengurangi *travel cost*nya. Seorang wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan (*tourist expenditures*) seperti biaya transportasi (*transporation*), biaya makan dan minum selama berkunjung (*food and beverages*), biaya menginap (*accomodations*), biaya belanja (*purchases*), dan keperluan lain – lain (*others*), sehingga mereka akan melakukan perbandingan untuk menentukan kunjungannya.

2.3.2 Hubungan antara Jarak atau Asal Wisatawan dengan Jumlah Minat Kunjungan Wisatawan

Lama perjalanan yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Jarak obyek wisata berhubungan dengan lama perjalanan obyek wisata dari wilayah asal wisatawan berbeda dengan obyek wisata tuan rumah. Umumnya semakin besar jarak obyek wisata, semakin besar ketidakinginan kunjungan wisatawan (Mc. Intosh, 1995 : 298). Salah satu sifat dari obyek wisata adalah obyek wisata tidak dapat dipindahkan sehingga wisatawan yang harus mendatangi obyek wisata tersebut. Maka dari itu, aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi obyek wisata dan juga transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin jauh

jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai. Prasarana untuk menuju ke lokasi obyek wisata pun juga harus memadai, jika jarak lebih jauh yang berarti lama perjalanan lebih memakan waktu, maka wisatawan pasti menghendaki perjalanan yang aman, yang artinya hambatan seperti jalan rusak, jalan tanpa pembatas atau belum diperlebar seharusnya diperbaiki.

2.3.3 Hubungan antara Jumlah Anggota Keluarga dengan Jumlah Minat Kunjungan Wisatawan

Besar kecilnya jumlah keluarga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada tingkat konsumsi suatu keluarga. Jumlah kebutuhan barang / jasa bagi keluarga yang anggotanya sedikit akan lebih kecil dibandingkan dengan jumlah anggota keluarga yang besar. Dengan demikian semakin banyak jumlah anggota keluarga maka konsumsinya akan semakin banyak, dan semakin sedikit jumlah anggota keluarga maka barang/ jasa yang dibutuhkan semakin sedikit termasuk juga dalam konsumsi berwisata.

2.4 Penelitian Terdahulu

2.4.1 Penelitian Oleh Epi Syahadat

Penelitian ini berjudul “ Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Taman Nasional Gede Pangrango”. Yang bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi banyaknya kunjungan wisatawan di taman nasional gede pangrango. Metode pengumpulan data

dilakukan dengan kuesioner. Terhadap 142 orang pengunjung taman nasional gede pangrango.

Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di taman nasional gede pangrango digunakan analisis statistik dengan metode regresi linier berganda. Pengolahan data digunakan alat bantu program *SPSS for window versi 12*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap banyak kunjungan.

2.4.2 Penelitian Oleh Dolina Gitapati

Penelitian ini berjudul “ Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Nglimit Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal”. Yang bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata alam nglimit serta mengukur nilai ekonomi objek wisata alam nglimit dengan menggunakan valuasi ekonomi (*total economic value*). Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner terhadap 100 orang pengunjung objek wisata nglimit dengan teknik *quota accidental sampling*.

Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan nglimit. Digunakan analisis regresi linier berganda dengan pendekatan *OLS (Ordinary Least Square)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor biaya perjalanan, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas, dan faktor keindahan alam berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan objek wisata alam nglimit.

2.4.3 Penelitian Oleh Akrom

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan wisatawan di Pantai Cahaya.Weleri, Kabupaten Kendal” 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 objek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

2.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.5.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting, peran sektor pariwisata berpengaruh besar terhadap pembangunan nasional, karena dapat meningkatkan pendapatan Nasional, pendapatan Daerah serta Devisa Negara. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik. Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan yang menyatakan bahwa

Penyelenggaraan Kepariwisataaan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan Nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan objek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan potensi pariwisata. Potensi wisata yang dimiliki oleh Indonesia merupakan modal dasar dalam proses pembangunan. Dengan potensi pariwisata yang berlimpah, diharapkan dapat menjadi daya tarik untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia.

Salah satu kota di Indonesia yang cukup menarik minat wisatawan untuk berkunjung adalah kota Bandung. Kota Bandung mempunyai banyak tempat wisata yang terkenal salah satunya Kebun Binatang di kota Bandung hanya ada satu kebun binatang. Kebun binatang ini adalah tempat wisata yang didirikan oleh Raden Ema Bratakusuma dan Hoogland, mereka berdua adalah penggemar flora dan fauna sehingga menciptakan kebun binatang yang terletak di Jl. Kebun

binatang No.6, Lebak Siliwangi, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Kebun binatang tersebut berdiri sejak 12 April 1993, Hogland sendiri adalah Direktur Bank Denis atau yang sekarang terkenal sebagai Bank Jabar. Setelah kemerdekaan Hogland meninggalkan Indonesia dan kembali ke Belanda sehingga di rawat oleh Raden Ema Bratakusuma dan membangun yayasan Marga Satwa Tamansari. Fungsi dari kebun binatang tersebut selain untuk wisata yang dapat menciptakan edukatif untuk anak – anak juga untuk melestarikan hewan – hewan.

Salah satu sifat pariwisata adalah bahwa objek wisata tersebut tidak dapat dipindah-pindahkan sehingga pengunjunglah yang harus datang untuk menikmati wisata tersebut (Spillane, 1987).Maka dari itu, aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan juga transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin jauh jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai. Prasarana untuk menuju ke lokasi wisata pun juga harus memadai, jika jarak lebih jauh yang berarti lama perjalanan lebih memakan waktu, maka wisatawan pasti menghendaki perjalanan yang aman, yang artinya hambatan seperti jalan rusak, jalan tanpa pembatas atau belum diperlebar seharusnya diperbaiki. Namun adanya motivasi menyebabkan seseorang menyusun suatu tujuan atau mencapai gerak yang dapat memuaskan kebutuhannya. Dalam hal ini, kebutuhan untuk mendapatkan rasa aman dapat memotivasi seseorang untuk melakukan kegiatan perjalanan wisata ke tempat atau daerah lain.

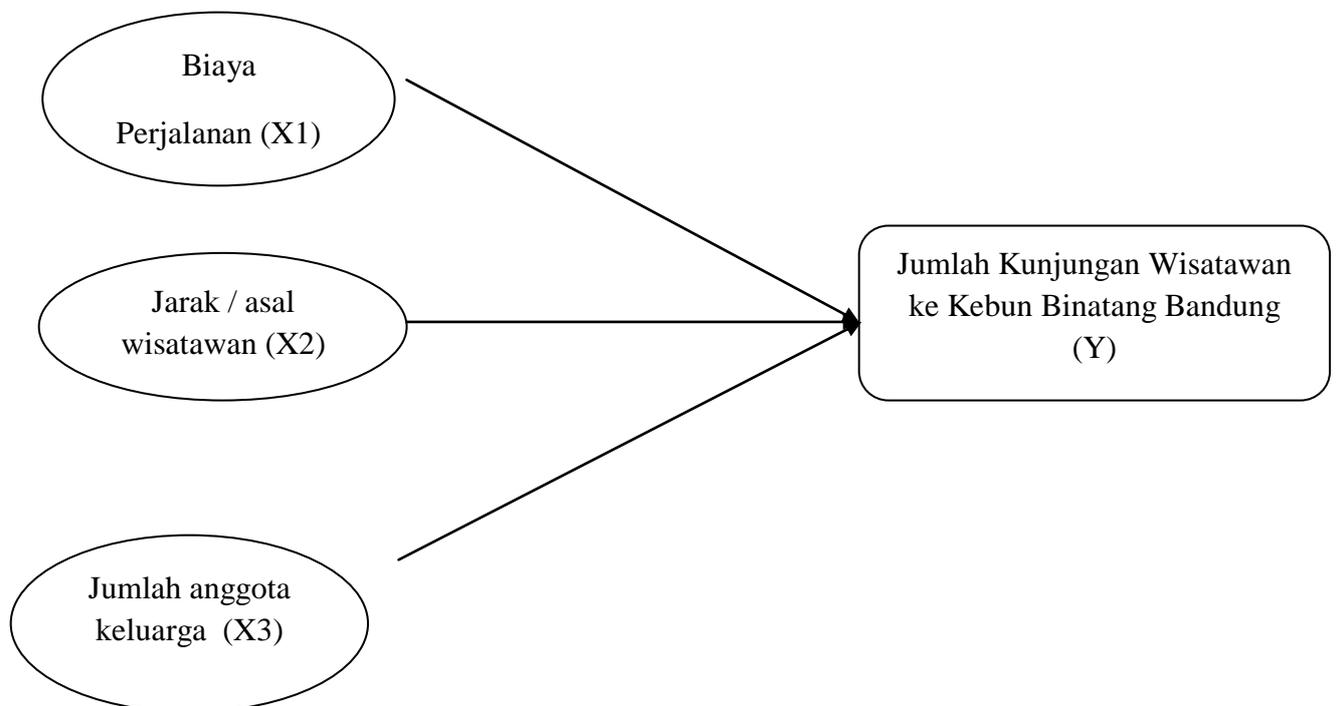
Selain itu adanya jumlah anggota keluarga, besar kecilnya jumlah anggota keluarga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada tingkat konsumsi suatu keluarga. Jumlah kebutuhan barang/jasa bagi keluarga yang anggotanya sedikit akan lebih kecil dibandingkan dengan jumlah anggota keluarga yang besar. Dengan demikian semakin banyak jumlah anggota keluarga tentu konsumsinya akan semakin banyak, dan semakin sedikit jumlah anggota keluarga maka barang/jasa yang dibutuhkan semakin sedikit termasuk juga dalam konsumsi berwisata.

Adapun hubungan yang terkait antara jumlah minat kunjungan wisatawan dengan biaya perjalanan ke objek wisata, jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik (Intosh, 1995 : 298). Biaya perjalanan (*travel cost*) merupakan salah satu alasan dari wisatawan memilih tujuan wisatanya. Wisatawan cenderung memperhatikan tingkat biaya ini sebelum melakukan perjalanan. Hal ini karena tidak semua wisatawan memiliki dana tidak terbatas. Jika seorang wisatawan memiliki dana terbatas, maka wisatawan tersebut dapat memilih lokasi yang dekat dengan tempat tinggalnya sehingga hal ini dapat mengurangi *travel cost* nya. Seorang wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan (*tourist expenditures*) seperti biaya transportasi (*transportations*), biaya makan dan minum selama berkunjung (*food*

and beverages), biaya menginap (*accomodations*), biaya belanja (*purchases*) dan keperluan lain-lain (*others*), sehingga mereka akan melakukan perbandingan untuk menentukan kunjungannya. Dalam penelitian terdapat variabel-variabel yang digunakan dalam biaya perjalanan ke objek wisata seperti biaya transportasi, konsumsi, akomodasi, tiket masuk, dokumentasi dan biaya lain yang tidak terduga.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran dan hipotesis sebagai berikut :

2.4 Kerangka Pemikiran



2.5.2 Hipotesis

Adapun hipotesis yang dapat diajukan berdasarkan permasalahan diatas adalah:

Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Diduga terdapat pengaruh biaya perjalanan terhadap jumlah kunjung wisatawan ke Kebun Binatang Bandung
2. Diduga terdapat pengaruh jarak / asal wisatawan terhadap jumlah kunjung wisatawan ke Kebun Binatang Bandung
3. Diduga terdapat pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap jumlah kunjung wisatawan ke Kebun Binatang Bandung

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaan di objek wisata. Berdasarkan data dan fakta yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis yang selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Sedangkan metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan statistik.

3.2 Objek Penelitian

Objek yang menjadi lokasi dalam penelitian ini adalah objek wisata Kebun Binatang Bandung. Bandung merupakan kota terbesar di Provinsi Jawa Barat dan menjadi Ibu Kota Jawa Barat, kota ini terletak 140km sebelah Tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduk. Selain itu, kota Bandung juga merupakan kota terbesar di Pulau Jawa bagian selatan.

Tabel 3.1

**Jumlah Pengunjung Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara ke
Kebun Binatang Bandung**

Tahun	Wisnus	Wisman
2010	768.462	1.026
2011	1.271.000	702
2012	286.094	-
2013	742.460	-
2014	779.583	-
2015	515.562	-
Total	4.666,161	1.728

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung

Tabel 3.2

**Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Jenis Kelamin dan
Kelompok Umur**

Tahun 2014

No.	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk			
		Laki – laki (orang)	Perempuan (orang)	L+P (orang)	Rasio Jenis Kelamin
1	0 – 4	114,141	108,347	222,488	105.35
2	5 – 9	114,245	107,656	221,901	106.12
3	10 – 14	102,503	98,384	201,337	103.71
4	15 – 19	116,842	119,628	236,452	97.66
5	20 – 24	136,493	129,240	265,733	105.61
6	25 – 29	138,604	127,870	266,474	108.39
7	30 – 34	123,146	114,003	237,149	108.02
8	35 – 39	106,720	101,231	207,951	105.42
9	40 – 44	91,151	89,059	180,210	102.35
10	45 – 49	74,213	75,711	149,924	98.02
11	50 – 54	63,049	62,423	125,472	101.00
12	55 – 59	48,298	45,320	93,618	106.67
13	60 – 64	28,413	29,861	58,274	95.15
14	65 – 69	22,270	24,310	46,580	91.61
15	70 – 74	14,312	16,310	30,622	87.75
16	75+	12,504	18,789	31,293	66.55
Jumlah		1,306,886	1,268,592	2,575,478	103.02
Angka Beban Tanggungan (Dependency Ratio)				41.41	

Sumber : Estimasi Penduduk Umur Tunggal dan Jenis Kelamin Kabupaten / Kota Bandung Tahun 2014,

Badan Pusat Statistik Kota Bandung dan Dinkes Kota Bandung Tahun 2014

Pada tabel 3.2 terlihat bahwa jumlah penduduk di Kota Bandung pada tahun 2015 lebih banyak di kelompok umur 25 – 29 tahun dengan rasio jenis kelamin yaitu sebesar 108.39 dengan jumlah penduduk laki-laki lebih banyak sebesar 138,604 jiwa dibandingkan jumlah perempuan sebesar 127,870 jiwa.

Tabel 3.3
Jumlah Peduduk Menurut Jenis Kelamin Per Kelurahan di Kecamatan Coblong
Tahun 2015

No	Kelurahan	Jenis Kelamin		
		Laki – laki (orang)	Perempuan (orang)	L+P (orang)
1	Cipaganti	6.435	6.008	12.523
2	Lebak Siliwangi	2.645	2.298	4.943
3	Lebak Gede	8.090	7.528	15.618
4	Sadang Serang	14.279	13.759	28.038
5	Sekeloa	16.674	14.471	31.145
6	Dago	20.907	19.929	39.735
Jumlah		69.030	62.972	132.002

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Tabel 3.4
Jumlah Peduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur di Kecamatan Coblong
Tahun 2015

No.	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk		
		Laki – laki (orang)	Perempuan (orang)	L+P (orang)
1	0 – 4	5.346	4.999	10.345
2	5 – 9	4.163	3.980	8.143
3	10 – 14	6.130	5.460	11.590
4	15 – 19	10.681	8.219	18.900
5	20 – 24	11.561	8.726	20.228
6	25 – 29	7.302	5.904	13.206
7	30 – 34	5.575	4.718	10.293
8	35 – 39	4.858	4.486	9.334

9	40 – 44	4.091	3.870	7.960
10	45 – 49	3.281	3.294	6.575
11	50 – 54	2.740	2.760	5.500
12	55 – 59	2.009	2.078	4.087
13	60 – 64	1.270	1.439	2.709
14	≥ 65	25	3.039	3.063
Jumlah		69.030	62.972	132.002

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Pada tabel 3.4 terlihat bahwa jumlah penduduk di Kota Bandung pada tahun 2015 lebih banyak di kelompok umur 20 – 24 tahun dengan rasio jenis kelamin yaitu sebesar 20,228 dengan jumlah penduduk laki-laki lebih banyak sebesar 11.561 jiwa dibandingkan jumlah perempuan sebesar 8.726 jiwa.

Tabel 3.5

Penduduk 10 Tahun Keatas Menurut Jenis Kelamin dan Pendidikan Tertinggi yang di Tamatkan di Kecamatan Coblong

Tahun 2015

No.	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk		
		Laki – laki (orang)	Perempuan (orang)	L+P (orang)
1	Tidak / Belum Pernah Sekolah	5	264	269
2	Belum tamat SD	7,886	8,561	16,477
3	SD/Mi/ Sederajat	8,494	12,252	20,746
4	SLTP/MTs/Sederajat	8,470	7,743	16,213
5	SMU/MA/Sederajat	20,076	16,104	36,180
6	SMK/Sederajat	5,569	2,470	8,039
7	Diploma I/II	1,020	1,772	2,743
8	Diploma III/Sarjana Muda	3,543	2,489	6,032
9	Diploma IV/S1	330	1,982	2,312
10	S2/S3	82	61	143
Jumlah		55.475	53.674	109.123

Sumber : Badan Pusat Statistik, Survei Sosial Ekonomi Daerah (diolah)

mengenai jumlah penduduk angkatan kerja lebih banyak berpendidikan SMU/MA sebesar 36,180 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki lebih banyak

sebesar 20,076 jiwa dibandingkan jumlah penduduk perempuan sebesar 16,104 jiwa .

Lokasi dalam penelitian ini adalah objek wisata Kebun Binatang Bandung yang terletak di jalan Kebun binatang No.6, Lebak Siliwangi, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40123.

Objek wisata kebun binatang ini adalah tempat wisata yang memberikan fasilitas memperlihatkan berbagai jenis binatang dan untuk mengedukasi kepada anak – anak agar wawasan anak – anak dapat bertambah terhadap binatang – binatang . tempat wisata ini untuk semua kalangan dan semua keluarga. Di kebun binatang ini kita dapat melihat \pm 213 jenis satwa dan 1.135 binatang, seperti buaya, burung, ular, monyet.

3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel penelitian yaitu variabel jumlah minat kunjungan wisatawan ke objek wisata Kebun Binatang Bandung, variabel biaya perjalanan wisatawan, variabel jarak atau asal wisatawan, variabel jumlah anggota keluarga wisatawan ke objek wisata Kebun Binatang Bandung. Variabel-

variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklarifikasikan menjadi dua bagian:

- 1) Variabel bebas (*Independent variable*) meliputi variable biaya perjalanan wisatawan, variabel jarak atau asal wisatawan dan variabel anggota keluarga wisatawan ke objek wisata ke Kebun Binatang Bandung.
- 2) Variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah variabel jumlah minat kunjungan wisatawan ke objek wisata ke Kebun Binatang Bandung.

3.3.2 Operasional Variabel

Terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat yang digunakan dalam analisis kunjungan wisatawan ke objek wisata Kebun Binatang Bandung.

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Jumlah Minat Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Kebun Binatang Bandung.

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

2. Jenis Kelamin Wisatawan

Variabel ini melihat dari *gender* pengunjung objek wisata Kebun Binatang Bandung. Variabel ini diukur menggunakan skala dikotomus.

(nilai 0 = Perempuan dan 1 = Laki-laki).

3. Biaya Perjalanan Ke Objek Wisata Kebun Binatang Bandung

Variabel ini melihat dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Kebun Binatang. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya karcis masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp/kunjungan).

4. Asal Daerah wisatawan

Variabel ini melihat dari asal daerah pengunjung/wisatawan ke Kebun Binatang Bandung. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala dikotomis. (nilai 0 = <50km dan 1 = >50km).

5. Jumlah Anggota Keluarga Wisatawan

Variabel ini melihat berapa jumlah anggota keluarga yang dibawa ke objek wisata Kebun Binatang (orang).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah gambaran dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karenanya dipandang sebagai semesta penelitian (ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan Kebun Binatang Bandung.

3.4.2 Sampel

Menurut Ferdinand (2006), sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Dengan meneliti sampel, seorang peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasinya. Penentuan jumlah sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain tujuan penelitian. Metode sampling yang digunakan adalah *Random Sampling*. Teknik ini melihat fluktuasi pengunjung mingguan atau bulanan.

Untuk pengambilan sampel dari sejumlah populasi dan nilai alfa (α) yang digunakan adalah 10%. Dengan demikian perhitunganyang diperoleh yaitu :

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

$$n = \frac{551,562}{1 + 551,562(0.10)^2}$$

$$n = \frac{551,562}{6,515}$$

$$n = 84,66 \text{ dibulatkan menjadi } 85$$

$$n = 85 \text{ Responden}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel (*Sample Size*)

N = Rata-rata jumlah kunjungan wisata Kebun Binatang per bulan tahun 2015

e = Tingkat Kesalahan

Dari populasi yang ada, maka akan diambil ukuran sampel sebanyak 85 orang (responden) dengan waktu yang diperlukan selama 7 hari pada hari senin-minggu di tempat wisata di Kebun Binatang Bandung dengan melakukan wawancara dan membagikan kuesioner kepada wisatawan.

3.5 Metode pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar guna memperoleh data Kuantitatif Primer, yaitu merupakan data yang diperoleh dari tangan pertama untuk dianalisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang di teliti. Data primer dikumpulkan secara langsung untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi.

Adapun metode pengumpulan data agar kegiatan tersebut sistematis dan dipermudah olehnya.

1. Angket

Angket atau yang sering disebut dengan kuesioner merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan sejumlah lembaran Kuesioner/angket pada umumnya berbentuk pertanyaan tertulis kepada responden

2. Wawancara

Wawancara yang sering digunakan juga disebut interview, atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi responden.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pendukung atau pelengkap untuk mengumpulkan data – data atau keterangan tertulis mengenai suatu keadaan.

Adapun Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan. (Hasan,2002)
2. Data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk bilangan. (Hasan,2002)

Data kualitatif dapat dikatakan sebagai data yang dapat digunakan untuk melengkapi dan menjelaskan data kuantitatif sehingga dapat memberikan kemudahan dalam menganalisa data yang diteliti.

Berdasarkan sumber data, maka data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden yang kemudian dijadikan sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan atau yang bersangkutan yang memerlukannya (Hasan,2002). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pengisian kuesioner oleh responden yang sedang berkunjung ke objek wisata Kebun Binatang.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain. Data tersebut biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti yang terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia (Hasan,2002). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari pengelola Kebun Binatang, internet, serta berbagai literatur baik buku maupun jurnal-jurnal yang relevan.

3.6 Metode Analisis Data Rancangan Uji Hipotesis

Analisis Regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan alat analisis statistik yaitu regresi linier berganda dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Square*). (Gurdajati, 2003).

Analisis ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel. Bentuk umum analisis ini yaitu menghubungkan variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$. pola hubungan antar variabel yang akan dianalisis dilakukan berdasarkan atas data sampel yang diperoleh melalui kuesioner.

Pada penelitian ini untuk menganalisis kunjungan ke objek Wisata Kebun Binatang Bandung yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak atau asal wisatawan, jumlah anggota keluarga, dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = F (X_1, X_2, X_3, \dots) \quad (3.1)$$

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

$$JK = \beta_0 + \beta_1 BPKKB + \beta_2 AD + \beta_3 JAK + e \dots (3.2)$$

Keterangan :

JK = Jumlah minat kunjungan wisatawan

Objek Wisata Kebun Binatang (kali)

β_0 = Parameter Intersip

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_7$ = Parameter Koefisien Regresi Variabel Bebas

BPKKB = Biaya perjalanan ke objek wisata Kebun Binatang (Rp)

AD = Asal Daerah wisatawan (Skala dikotomus)

JAK = Jumlah Anggota Keluarga wisatawan (Orang)

e = Error

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

1. Model regresi linear artinya linear dalam parameter seperti dalam persamaan $Y_i = b_1 + b_2 X_i + u_i$.
2. Nilai X diasumsikan non-stokastik artinya nilai X dianggap tetap dalam sampel yang berulang.
3. Nilai rata-rata kesalahan adalah nol, atau $E(u_i/X_i) = 0$.

4. Homoskedastisitas artinya varians kesalahan sama untuk setiap periode (Homo=sama, skedastisitas=sebaran) dan dinyatakan dalam bentuk matematis $\text{Var}(u_i/X_i)=\sigma^2$.
5. Tidak ada autokorelasi antar kesalahan (antara u_i dan u_j tidak ada autokorelasi) atau secara matematis $\text{Cov}(u_i, u_j/X_i, X_j)=0$.
6. Antara u_i dan X_i saling bebas sehingga $\text{Cov}(u_i/X_i)=0$.
7. Jumlah observasi n , harus lebih besar daripada jumlah parameter yang diestimasi (jumlah variabel bebas).
8. Adanya variabilitas dalam nilai X , artinya nilai X harus berbeda.
9. Model regresi telah dispesifikasi secara benar. Dengan kata lain tidak ada bias (kesalahan) spesifikasi dalam model yang digunakan dalam analisis empirik. Tidak ada multikolinearitas yang sempurna antar variabel bebas.

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Agar dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi maka model persamaan harus terbebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas.

3.5.1.1 Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi yang penting dalam regresi linier berganda yang harus dipenuhi agar model bersifat *best linear unbiased estimator* (BLUE) adalah semua residual atau *error* mempunyai varian yang sama (homoskedastisitas). Menurut Gujarati (2003), jika pada model terjadi masalah heteroskedastisitas maka model

akan menjadi tidak efisien meskipun tidak bias dan konsisten. Dan jika regresi tetap dilakukan, hasil regresi yang diperoleh menjadi “*misleading*”.

Hipotesis Ho : Tidak terdapat heteroskedastisitas

H1 : Terdapat heteroskedastisitas

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

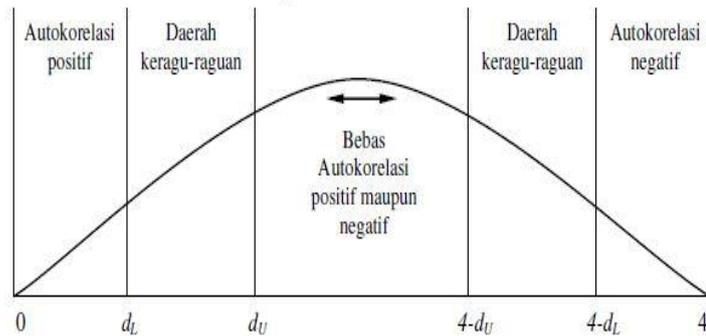
Jika P Value \leq 5% maka Ho ditolak, artinya terdapat heteroskedastisitas

Jika P Value \geq 5% maka Ho diterima, artinya tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.1.2 Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana variabel gangguan pada periode tertentu berkorelasi dengan variabel yang pada periode lain, dengan kata lain variabel gangguan tidak random (Gujarati, 2003). Untuk mengetahui adanya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson. Nilai yang diperoleh untuk menunjukkan ketiadaan autokorelasi adalah $du < d < 4-du$.

Apabila nilai yang keluar (d) adalah lebih besar dari batas atas (du) dan kurang dari $4-du$ (dari nilai yang tertera dalam tabel DW), maka tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2005).



Gambar 3.1

Uji Durbin-Watson

- Jika DW lebih kecil dari d_L atau lebih besar dari $(4-d_L)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika $d_U < DW < 4-d_U$ maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika DW terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.6.1.3 Uji Multikolinearitas

Hubungan yang menyatakan bahwa linear sempurna atau pasti, di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui atau dilihat dari koefisien korelasi masing-masing variabel bebas. Jika koefisien korelasi di antara masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,8 maka terjadi multikolinearitas dan sebaliknya

jika koefisien korelasi diantara masing-masing variabel bebas kurang dari 0,8 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Dengan hipotesis :

Ho : Tidak Terdapat Multikolinearitas.

H1 : Terdapat Multikolinearitas.

Dengan kriteria:

Jika koefisien korelasi > 0.8 maka Ho ditolak, artinya terdapat multikolinearitas

Jika koefisien korelasi < 0.8 maka Ho diterima, artinya tidak terdapat multikolinearitas.

3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Gujarati (2003) koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel terlihat dapat dijelaskan oleh variasi-variasi variabel bebasnya. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Namun, koefisien determinasi mempunyai kekurangan yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model.

3.6.3 Uji Kriteria Statistik

Untuk menguji ketepatan model dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan digunakan uji statistik yaitu uji t dan uji F dengan formulasi sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen perlu dilakukan pengujian koefisien regresi secara serempak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan derajat signifikansi nilai F. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Eviews*.

$H_0: \beta_1 = \dots \beta_n = 0$, artinya secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

$H_1: \beta_1 \neq \dots \beta_n \neq 0$, artinya secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan menurut Gujarati (2003):

- 1) Jika F Tabel (signifikansi) $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika F Tabel (signifikansi) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 .

Untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan maka digunakan uji F dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

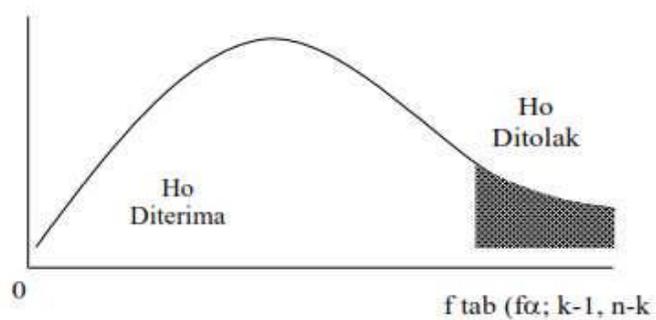
a) Formulasi hipotesis H_0 dan H_a

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = 0$, diduga secara simultan $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

- H_a : Minimal salah satu persamaan di tersebut tidak terpenuhi, sehingga diduga secara simultan $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y .

b) Menentukan *Level of Significant*, $\alpha = 10\%$

c) Kriteria Pengujian



Gambar 3.2

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

H_0 diterima apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

H_a diterima apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

d) Uji statistik

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / (K-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

e) Kesimpulan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima artinya, bahwa secara bersama-sama variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y .

3.6.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara terpisah dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk menguji hubungan regresi secara parsial terhadap variabel bebas t (t-stat) (Damodar Gujarati, 2003).

Hipotesa nol (H_0) adalah hipotesa yang menyatakan tidak adanya peranan dari variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan hipotesa alternatif (H_1) merupakan hipotesa yang menyatakan adanya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dibuat hipotesa:

$H_0: \beta_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

$H_1: \beta_i \neq 0$, artinya ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Dengan ketentuan sebagai berikut:

$t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$: Artinya hipotesa nol (H_0) diterima dan hipotesa alternatif (H_1) ditolak yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

$t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$: Artinya hipotesa nol (H_0) ditolak dan hipotesa alternatif (H_1) diterima yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian signifikansi koefisien regresi secara parsial (*individual*) digunakan uji t (t test). Uji hipotesisnya :

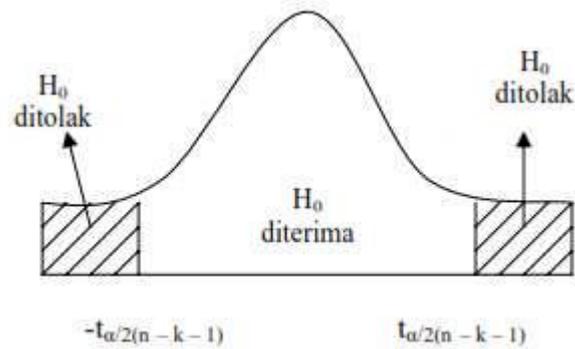
a) Menentukan formulasi hipotesis

- $H_0 : \beta_i = 0$ (Masing-masing variabel X ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y).
- $H_a : \beta_i \neq 0$ (Masing-masing variabel X ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y).

b) Menentukan *Level of Significant* $\alpha = 10\%$

c) Kriteria Pengujian

Untuk $H_a : \beta_i \neq 0$



Gambar 3.3
Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

d) Formulasi penghitungan uji t (t test) adalah :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

e) Kesimpulan

Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel X tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y dan sebaliknya apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, 2005. *Ekonomi Pariwisata*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Jeffry Daniel Halomoan Sihombing. 2015. *Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kota Baru*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.
- Jumlah Pengunjung, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung 2016.
- Khasani, M. Akrom. 2014. *Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal*. Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Khodyat. H. 1983:4. *Pengertian Pariwisata dan Kepariwisataaan*. Yogyakarta
- Kota Bandung Dalam Angka, 2014. Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2004.
- McEachern, 2000. *Ekonomi Makro, Pendekatan Kontemporer*. Jakarta, Salemba Empat.
- Richard Sihite Dalam Marpaung dan Bahar 2000:46-47. *Pariwisata*.
- Spillane, J. James 1994. *Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*.
- Spillane, J. James 1982:20. *World Of Toursim*, Jakarta
- Smith, Stephen. *Tourism Analys: A Handbook*, Harlon, England : Longman Group.

Spillane, J. James, 1987. Ekonomi Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya, Kanisius, Yogyakarta.

Suparmoko, dan Maria R. Suparmoko, 2000. Pokok – pokok Ekonomika.

Undang – undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Yoeti, Oka A. 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Cetakan Kedua, PT. Pradnya Paramita.