

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 pertamasyaan 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, dan memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas dan berziarah.

Selain itu beberapa pengertian dasar tentang wisata, pariwisata dan kepariwisataan berdasarkan Undang-Undang nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut.
6. Objek dan Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata.
7. Kawasan Pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
8. Menteri Pariwisata adalah menteri yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan.

2.1.2 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.

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 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, 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.

Jenis-jenis pariwisata menurut J.Spillane (1993) berdasarkan motif tujuan dapat dibedakan menjadi berbagai jenis pariwisata, yaitu :

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

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, mengendorkan ketegangan syarafnya, menikmati keindahan alam, menikmati cerita rakyat suatu daerah, serta menikmati hiburan dan mendapatkan ketenangan.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Dapat

dilakukan pada tempat yang menjamin tujuan-tujuan rekreasi yang menawarkan kenikmatan yang diperlukan seperti tepi pantai, pegunungan, dan pusat-pusat peristirahatan.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian dan keagamaan, festival seni music, teater, tarian rakyat dan lainnya.

4. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Pariwisata ini dapat dibagi lagi menjadi dua kategori :

- a. Big sport events, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti Olympiade Games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian bagi penonton atau pengemarnya.
- b. Sporting tourism of the Partctitioners, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri seperti pendaki gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk urusan usaga dagang (*Business Tourism*),

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

6. Pariwisata untuk konvensi (*Convention Tourism*)

Pariwisata ini banyak diminati oleh negara-negara karena ketika diadakan suatu konvensi atau pertemuan maka akan banyak peserta yang hadir untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu dinegara yang mengadakan konvensi.

Negara yang sering mengadakan konvensi akan mendirikan bangunan-bangunan yang menunjang diadakannya pariwisata konvensi.

2.1.3 Teori Permintaan dan Penawaran

2.1.3.1 Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Sementara menurut Suryati (2002) dalam Yuwana (2010), permintaan di definisikan sebagai banyaknya suatu komoditi yang ingin di beli dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu saat tertentu. Secara sederhana fungsi permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dirumuskan sebagai:

$$D_x = f(P_x) \dots\dots\dots (1)$$

Fungsi tersebut dapat diartikan yaitu bahwa jumlah barang x yang diminta (D_x) dipengaruhi oleh harga barang P_x tersebut, dimana D_x adalah jumlah barang x yang diminta konsumen, dan P_x adalah harga barang x.

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan akan sesuatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi (Boediono, 1999 dalam Yuwana, 2010). Menurut Boediono, permintaan suatu barang dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang lain yang mempengaruhi, pendapatan dan selera.

Fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$D_x = f(P_X, P_Y, M, S) \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

D_x = Permintaan barang x

P_x = Harga barang x itu sendiri

P_y = Harga barang lain yang mempengaruhi

M = Pendapatan

S = Selera

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut Miller dan Meiners (2010) dalam Yuwana (2010), adalah sebagai berikut:

- 1) Harga
- 2) Harga barang-barang lain yang berkaitan
- 3) Pendapatan

- 4) Selera atau preferensi konsumen
- 5) Perubahan dugaan tentang harga relatif di masa depan

2.1.3.2 Teori Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan (jual) pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu. Perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang ditawarkan. Jika yang berubah adalah faktor non harga (faktor-faktor yang dianggap *ceteris paribus* ketika harga barang itu berubah), maka kurva penawaran bergeser ke kiri atau ke kanan. Bergeser ke kanan berarti jumlah yang lebih banyak akan ditawarkan pada sembarang harga yang tetap, dan bergeser ke kiri berarti jumlah yang lebih sedikit akan ditawarkan pada harga yang tetap mana pun (Rahardja dan Manurung, 2010).

Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Penawaran dapat dikenal juga sebagai gabungan seluruh barang yang ditawarkan oleh penjual pada pasar tertentu, dan pada berbagai macam tingkat harga tertentu (Putong, 2003).

Penawaran yaitu suatu jumlah yang di tawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. penawaran berarti jumlah harga yang tersedia untuk dijual pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu dan pada tempat tertentu (Caturwati, 2003).

Hukum penawaran pada dasarnya dapat dirumuskan bahwa, makin tinggi harga suatu barang makin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan oleh penjual, sebaliknya semakin rendah harga suatu barang, makin sedikit jumlah barang yang akan ditawarkan oleh penjual (Caturwati, 2003).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penawaran suatu barang (Rahardja dan Manurung, 2010) yaitu:

1. Harga Barang Itu Sendiri

Jika harga suatu barang naik, maka produsen cenderung akan menambah jumlah barang yang ditawarkan. Hal ini membawa kita ke hukum penawaran, yang menjelaskan sifat hubungan antara suatu barang dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan penjual. Hukum penawaran menyatakan “semakin tinggi harga suatu barang, *ceteris paribus*, semakin banyak jumlah barang tersebut yang ingin ditawarkan oleh penjual, dan sebaliknya”.

2. Harga Barang Lain yang Terkait

Barang-barang substitusi dapat mempengaruhi penawaran suatu barang. Misalnya, dikarenakan kenaikan biaya produksi diluar negeri, atau kenaikan tarif impor, baju yang diimpor menjadi bertambah mahal harganya. Konsumen baju impor sekarang lebih suka membeli baju buatan dalam negeri sehingga permintaan terhadap baju produksi dalam negeri meningkat. Kenaikan permintaan ini pada

gilirannya akan mendorong pada produsen dalam negeri untuk meningkatkan hasil produksinya, sehingga penawaran baju meningkat.

3. Harga Faktor Produksi

Kenaikan harga faktor produksi, seperti tingkat upah yang lebih tinggi, harga bahan baku yang meningkat, atau kenaikan tingkat bunga modal, akan menyebabkan perusahaan memproduksi outputnya, lebih sedikit dengan jumlah anggaran yang tepat. Kenaikan harga faktor produksi ini juga akan mengurangi laba perusahaan. Apabila laba suatu industri tidak menarik lagi, mereka akan pindah ke industri lain, dan hal ini akan mengakibatkan berkurangnya penawaran barang.

4. Biaya Produksi

Kenaikan harga input sebenarnya juga menyebabkan kenaikan biaya produksi dengan demikian, bila biaya produksi meningkat (apakah dikarenakan kenaikan harga faktor produksi atau penyebab lainnya), maka produsen akan mengurangi hasil produksinya berarti penawaran barang itu berkurang.

5. Teknologi Produksi

Kemajuan teknologi menyebabkan penurunan biaya produksi, dan menciptakan barang-barang baru. Dalam hubungannya dengan penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menyebabkan kenaikan dalam penawaran barang.

6. Jumlah Pedagang/Penjual

Apabila jumlah penjual suatu produk tertentu semakin banyak, maka penawaran barang tersebut akan bertambah.

7. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba, bukan memaksimalkan hasil produksinya. Akibatnya, tiap produsen tidak berusaha untuk memanfaatkan kapasitas produksinya secara maksimum, tetapi akan menggunakannya pada tingkat produksi yang memberikan keuntungan maksimum.

2.1.4 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 yang digunakan sehubungan dengan kedatangan wisatawan tersebut.
3. Lama waktu tinggal.
4. Jumlah uang yang dikeluarkan.

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

1. Faktor-Faktor yang menentukan Permintaan Umum (*General demand factors*).
2. Faktor-Faktor yang menentukan permintaan khusus (*factors determining specific demand*).
 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.

2.1.5 Penawaran Pariwisata

Penawaran Pariwisata merupakan suatu keinginan dari pengelola pariwisata untuk menawarkan hal – hal yang menarik dari obyek wisata yang dikelola baik dari segi keunikan obyek wisata tersebut maupun pernak – pernik / cinderamata yang ada di daerah obyek wisata tersebut dengan kesesuaian tingkat harga yang telah ditentukan.

Didalam penawaran pariwisata ini perlu ditekankannya hal – hal yang menjadi modal penting didalam mengembangkan usaha pariwisata serta hal – hal yang perlu diketahui untuk menunjang daerah pariwisata yang mempunyai penawaran yang tepat. Maka hal – hal yang sangat berkaitan erat terhadap penawaran pariwisata tersebut adalah sebagai berikut :

Menurut Medlik, 1980 (dalam Ariyanto 2005), ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut :

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.

2. *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.

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): $Travel\ time = Arrival\ time - Departure\ time$.

3. *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).

4. *Ancillary* (kelembagaan)

Adanya lembaga pariwisata wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (*protection of tourism*) dan terlindungi.

2.1.6 Pendekatan Biaya Perjalanan dalam menilai manfaat jasa wisatawan (*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 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 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| Nama pengarang dan judul | Tujuan | Variabel Terikat dan Variabel Bebas | Alat analisis | Hasil |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pengarang : Deva Millian Satria Yuwana (2010) Judul : Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara | Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng | Variabel Terikat : jumlah kunjungan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng Variabel Bebas : biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan menuju objek wisata lain (Baturaden), umur, pengunjung, penghasilan rata-rata perbulan dan jarak | Regresi linier berganda | Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima variabel bebas dalam persamaan regresi, dua diantaranya tidak signifikan yaitu variabel umur dan variabel jarak. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan menuju objek wisata lain (Baturaden) dan penghasilan rata-rata perbulan memiliki pengaruh signifikan. |

| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Pengarang : Erwan Suprihartono (2017) Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Museum Sangiran Kabupaten Sragen</p> | <p>Untuk menganalisis pengaruh pendapatan, jarak tempuh, umur, status wisatawan, dan kategori wisatawan terhadap frekuensi kunjungan di obyek wisata museum Sangiran kabupaten Sragen</p> | <p>Variabel Terikat : frekuensi kunjungan di obyek wisata museum Sangiran Variabel Bebas : pendapatan, jarak tempuh, umur, status wisatawan, dan kategori wisatawan</p> | <p>Regresi linear berganda</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jarak tempuh dan status wisatawan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan, sedangkan variabel pendapatan, umur dan kategori wisatawan tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.</p> |
| <p>Pengarang : Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004) Judul : Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal</p> | <p>Untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh dari pengunjung wisata alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (<i>individual travel cost method</i>)</p> | <p>Variabel Terikat : jumlah kunjungan individu Variabel Bebas : variabel biaya perjalanan ke Curug Sewu, variabel biaya ke objek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan, dan variabel jarak</p> | <p>Regresi linier berganda</p> | <p>Dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel biaya perjalanan ke Curug Sewu dan variabel jarak, sedangkan variabel bebas lainnya seperti variabel biaya ke objek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan dan variabel penghasilan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata alam Curug Sewu Kendal</p> |

2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Menurut Sinclair dan Stabler (1997), permintaan pariwisata dipengaruhi oleh pendapatan dan harga. Pada kasus kenaikan pendapatan dibanding dengan

harga relatif konstan, pengaruhnya terhadap sebagian besar jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke obyek wisatawan. Kekuatan untuk melakukan pembelian pada kurva permintaan ditentukan oleh tingkat hidup dan intensitas perjalanan, dimana dengan kata lain semakin besar pendapatan seorang wisatawan yang dapat dipakai, maka besar kemungkinan orang tersebut akan melakukan perjalanan wisata sesuai dengan keinginannya. Hal ini membuat adanya hubungan yang signifikan dalam hubungan antara jumlah pendapatan dengan jumlah kunjungan wisata, dimana perubahan dari jumlah pendapatan akan menimbulkan perubahan pada kunjungan wisatawan.

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber daya tarik, baik alamiah maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monument-monument, candi-candi, tari-tarian dan kebudayaan khas lainnya (Adisasmita, 2010). Jumlah objek wisata sangat mempengaruhi daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan, jika semakin banyak jumlah objek wisata maka jumlah kunjungan wisatawan yang datang akan semakin banyak.

Hubungan antara jarak asal wisatawan dengan jumlah 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.

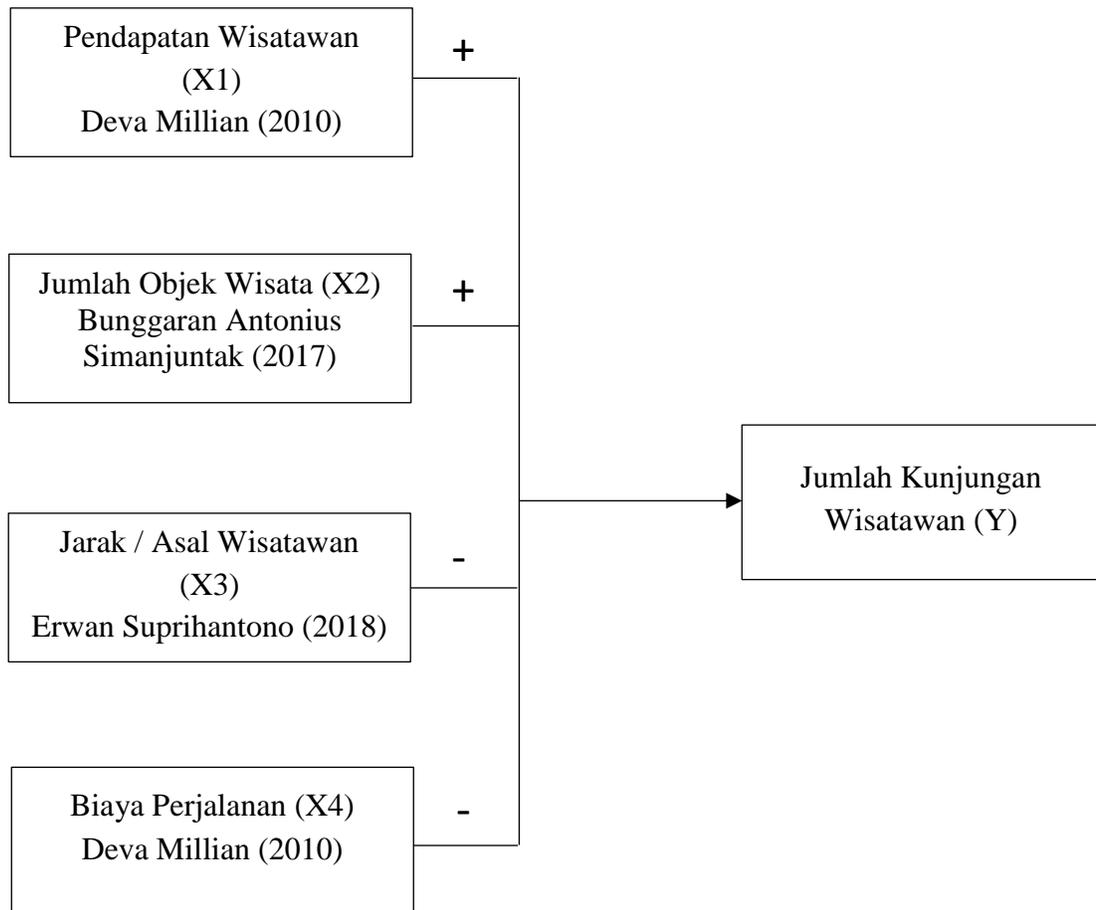
Hubungan antara biaya perjalanan dengan jumlah kunjungan wisata yaitu jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut dan

konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikunjungi maka permintaan akan naik (Mc. Intosh, 1995 : 298).

Biaya perjalanan 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 seperti biaya transportasi, biaya makan dan minum selama berkunjung, biaya menginap, biaya belanja, dan keperluan lain-lain, sehingga mereka akan melakukan perbandingan untuk menentukan kunjungannya.

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

2.3 Kerangka Pemikiran



2.3.2 Hipotesis

Menurut Suharsimi (2010: 110) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan suatu penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Apabila peneliti telah mendalami permasalahan penelitiannya dengan seksama serta menetapkan anggapan dasar, maka membuat suatu teori sementara yang sebenarnya masih perlu diuji (di bawah kebenaran). Inilah hipotesis peneliti harus berfikir bahwa hipotesisnya itu dapat diuji.

Berdasarkan kajian teoritis diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Diduga terdapat pengaruh positif pendapatan wisatawan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kota Bandung dan sekitarnya.
2. Diduga terdapat pengaruh positif jumlah objek wisata terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di kota Bandung dan sekitarnya.
3. Diduga terdapat pengaruh negatif jarak asal wisatawan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kota Bandung dan sekitarnya.
4. Diduga terdapat pengaruh negatif biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kota Bandung dan sekitarnya.