

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA OBJEK WISATA PANTAI BIRA

RAUDHATUL ADAWIYAH



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA OBJEK WISATA PANTAI BIRA

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh
RAUDHATUL ADAWIYAH
A11116009



Kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA OBJEK WISATA PANTAI BIRA

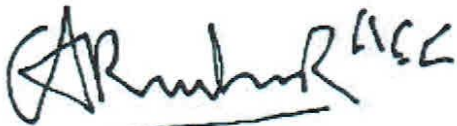
disusun dan diajukan oleh:

RAUDHATUL ADAWIYAH
A11116009

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 5 September 2020

Pembimbing I



Dr. Abd. Rahman Razak, SE., MS NIP
19631231 199203 1 001

Pembimbing II



Dr. Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus, SE., M.Si.
NIP 19880113 201504 1 001

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si.
NIP 19690413 199403 1 003

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA OBJEK WISATA PANTAI BIRA

disusun dan diajukan oleh:

RAUDHATUL ADAWIYAH
A11116009

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **15 Oktober 2020** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Abdul Rahman Razak, S.E., MS.	Ketua	
2.	Dr. Amanus Khalifa Fil'Ardhy Yunus, S.E., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Dr. Madris, DPS, M.Si.	Anggota	3. 
4.	Dr. Bakhtiar Mustari, S.E., M.Si.	Anggota	4. 
5.	Dr. Munawwarah S. Mubarak, S.E., M.Si.	Anggota	5. 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si.
NIP 19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : RAUDHATUL ADAWIYAH

NIM : A11116009

Jurusan/Program Studi : Ilmu Ekonomi

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

ANALISIS PERMINTAAN JASA OBJEK WISATA PANTAI BIRA

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 13 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan,



Raudhatul Adawiyah

PRAKATA



-Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. atas berkah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam selau tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan suri tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan di akhirat. Sehingga penulis diberi kekuatan untuk merampungkan skripsi yang berjudul "**ANALISIS PERMINTAAN JASA PARIWISATA PANTAI BIRA**". Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari selama perkuliahan hingga skripsi ini berhasil diselesaikan, penulis tidak hentinya mendapatkan bantuan, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda tercinta Wahidin Jabir, dan Ibunda Tercinta Fatmawati HJ. Tallara. yang senantiasa memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan lahir maupun batin serta doa yang tiada henti kepada penulis sehingga memperoleh gelar sarjana.
2. Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina Palubuhu, M.A. selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.

3. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
4. Ketua Departemen Ekonomi Pembangunan Bapak Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si. dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si. selaku sekretaris Departemen Ekonomi Pembangunan, Bapak Dr. Madris, DPS., M.Si. selaku penasehat akademik penulis, serta seluruh dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih untuk segala perhatian, pengertian, nasehat, arahan, serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Departemen Ekonomi Pembangunan.
5. Bapak Dr. Abd. Rahman Razak, SE., MS. Selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus, SE., M.Si. selaku pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih atas segala keihlasan dan ketersediaan meluangkan waktu dalam memberikan arahan, segala pemikiran, ide, bantuan nasehat serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Madris DPS., M.Si. dan Bapak Drs. Bakhtiar Mustari, M.Si. dan Ibu Dr. Munawwarah S. Mubarak, SE., M.Si. selaku dosen penguji Terima kasih telah meluangkan waktunya, serta kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini untuk menjadi lebih baik dari pada sebelumnya.
7. Segenap Pegawai akademik, kemahasiswaan dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, terima kasih telah membantu dalam pengurusan administrasi selama masa studi penulis.
8. Teman-teman angkatan 2016 "SPHERE". Terima kasih atas segala

dukungan dan bantuan yang di berikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Teman Hidup Saya Gunawan Al-Abrar SH, Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan serta desakan agar penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabatku , Ramadani Hikma, S,Sos , Syahratul Ramadhani, SE , lin Handayani , lin Handayani, A,md.keb , A. Arasdiana, SE, Nurul Fadillah, SH, Husnul Khatima Syahdia, SM, Muhammad Hajaratul Aswad, SE, yang telah meluangkan banyak waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kebersamaan selama ini jangan pudar yah sukses selalu untuk kalian.
11. Teman-teman, Nurul Ulfayani, Nurmila Syam. Terima kasih telah bersama dalam masa perkuliahan ini, melewati berbagain rintangan, berjuang sampai akhir, mewujudkan mimpi bersama, selalu ada saat duka dan duka, dikala menangis tersenyum dan bahagia.
12. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuannya selama penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa di sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan krtik bagi pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi kita semua. Amin.

Wassalamu Alaikum Warahmatullai Wabarakatuh.

Makassar ,30 oktober 2020

Raudhatul Adawiyah

ABSTRAK

ANALISIS PERMINTAAN JASA OBJEK WISATA PANTAI BIRA

Raudhatul Adawiyah
Abd. Rahman Razak
Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga tiket wisata, harga tiket wisata lain, tarif fasilitas gazebo, pendapatan konsumen dan jarak rumah ke objek wisata secara langsung terhadap permintaan dan jasa Objek Wisata Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari terjun langsung ke lokasi. Adapun data yang digunakan dari tahun 2017 sampai 2019 di Pantai Bira, Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket wisata berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan dan jasa Objek Wisata Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba secara langsung, keadaan demikian disebabkan karena selera wisatawan dalam memilih objek wisata tidak bisa diukur dengan mahal atau tidaknya harga tiket suatu objek wisata. Kemudian hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga tiket wisata lain berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan dan jasa Objek Wisata Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba secara langsung, disebabkan karena wisatawan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda terhadap objek wisata yang dikunjunginya. Selanjutnya hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tarif fasilitas gazebo berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan dan jasa Objek Wisata Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba secara langsung, keadaan demikian menunjukkan bahwa fasilitas erat kaitannya dengan pembentukan persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan dan persepsi pelanggan ini yang akan membentuk keputusan konsumen. Lalu hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan dan jasa Objek Wisata Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba secara langsung, hal tersebut dikarenakan bahwa pendapatan seseorang dapat dijadikan sebagai tolak ukur banyak tidaknya permintaan jasa objek wisata. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa jarak rumah ke objek wisata berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan dan jasa Objek Wisata Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba secara langsung.

Kata Kunci: Harga Tiket Wisata, Harga Tiket Wisata Lain, Tarif Fasilitas Gazebo, Pendapatan Konsumen dan Jarak Rumah ke Objek Wisata dan Permintaan dan Jasa Objek Wisata Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan

ABSTRACT

OBJECT SERVICE DEMAND ANALYSIS BIRA BEACH TOUR

Raudhatul Adawiyah
Abd. Rahman Razak
Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus

This study aims to analyze the effect of tourist ticket prices, other tourist ticket prices, gazebo facility rates, consumer income and direct distance from houses to tourist objects on the demand and services of Bira Beach Tourism Object in Bulukumba Regency, South Sulawesi. This study uses primary data obtained from going directly to the location. The data used from 2017 to 2019 at Bira Beach, Bulukumba Regency, South Sulawesi. The results showed that the price of tourist tickets has a negative and significant effect on the demand and services of Bira Beach Tourism Objects in Bulukumba Regency directly, this situation is caused because the taste of tourists in choosing tourist objects cannot be measured by whether or not the ticket price of a tourist attraction is expensive. Then the results of this study also show that ticket prices for other tours have a positive and significant effect on the demand and services of Bira Beach Tourism Objects in Bulukumba Regency directly, because tourists have different levels of satisfaction with the tourist objects they visit. Furthermore, the results of this study also show that the gazebo facility rates have a negative and significant effect on the demand and services of Bira Beach Tourism Object in Bulukumba Regency directly, this situation shows that the facilities are closely related to the formation of consumer perceptions of a company and this customer perception that will shape decisions consumer. Then the results of this study also show that consumer income has a positive and significant effect on the demand and services of Bira Beach Tourism Object in Bulukumba Regency directly, this is because a person's income can be used as a measure of whether or not a demand for tourist attraction services is great. The results of this study also show that the distance from the house to the tourist attraction has a negative and significant effect on the demand and services of the Bira Beach Tourism Object in Bulukumba Regency directly.

Keywords: *Tourist Ticket Prices, Other Tourist Ticket Prices, Gazebo Facility Rates, Consumer Income, Direct Distance from Houses to Tourist Objects and Demand and Services for Bira Beach Tourism Objects in Bulukumba Regency, South Sulawesi*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori Permintaan Jasa Pariwisata.....	13
2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Pariwisata.....	25
2.3 Hubungan antar variabel.....	27
2.3.1 Hubungan harga tiket wisata dengan permintaan jasa objek wisata.....	27
2.3.2 Hubungan Harga Tiket Masuk Di Objek Wisata Lain Dengan Permintaan Jasa Objek Wisata.....	27
2.3.3 Hubungan Tarif Fasilitas Gazebo dengan permintaan Jasa objek wisata.....	28
2.3.4 Hubungan Pendapatan Konsumen Dengan Permintaan Jasa Objek Wisata.....	30
2.3.5 Hubungan Antara Jarak Rumah Dengan Permintaan Jasa Objek Wisata.....	30
2.4 Studi Empiris.....	31
2.5 Kerangka Pikir.....	33
2.6 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Lokasi Penelitian.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Kabupaten Bulukumba.....	44
4.1.2 Objek Wisata Pantai Bira.....	44
4.2 Gambaran Umum Responden.....	45

4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2	Profil Responden berdasarkan Daerah Asal	46
4.2.3	Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	47
4.3	Deskripsi Variabel	48
4.3.1	Harga Tiket Wisata	48
4.3.2	Harga Tiket Masuk Objek Wisata Lain (Pantai Apparalang) ...	48
4.3.3	Tarif Gazebo	48
4.3.4	Pendapatan Konsumen.....	49
4.3.5	Jarak Rumah Ke Objek Wisata	49
4.4	Hasil Estimasi Penelitian	50
4.4.1	Analisis Hasil Regresi	50
4.4.2	Uji Statistik.....	53
4.5	Analisis Hasil Penelitian	55
4.5.1	Pengaruh Harga Tiket Wisata Terhadap Permintaan Jasa Objek Wisata Pantai Bira	55
4.5.2	Pengaruh Harga Tiket Wisata Lain Terhadap Permintaan Jasa Objek Wisata Pantai Bira.....	56
4.5.3	Pengaruh Tarif Gazebo Terhadap Permintaan Jasa Objek Wisata Pantai Bira	57
4.5.4	Pengaruh Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Jasa Objek Wisata Pantai Bira.....	58
4.5.5	Pengaruh Jarak Rumah ke Objek Wisata Terhadap Permintaan Jasa Objek Wisata Pantai Bira.....	58
BAB V PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN		66

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 Jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara dan Nusantara di Pantai Bira (2013 – 2017).....	3
4.1 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2. Distribusi Responden berdasarkan Daerah Asal	47
4.3 Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4 Analisis Hasil Regresi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Kurva Permintaan Suatu Barang.....	13
2.2 Kerangka Pemikiran.....	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu Kabupaten di Sulawesi Selatan yang mempunyai banyak destinasi wisata serta menjadi salah satu daerah yang paling banyak diminati oleh para wisatawan Mancanegara dan Nusantara. Bulukumba terkenal dengan daerah maritim karena kaya akan wisata bahari, garis Pantai yang panjang dan pasir putih yang indah dan tak lupa Pinisi yang menjadi icon Bulukumba yang sering kita sebut “Butta Panrita Lopi” tidak hanya menjadi kebanggaan masyarakat Bulukumba tetapi telah diakui oleh dunia yakni *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) yang telah menetapkan Pinisi sebagai warisan budaya dunia tak benda (Bappeda Bulukumba, 2016).

Salah satu destinasi wisata bahari yang ada di Kabupaten Bulukumba yang menjadi daya Tarik wisatawan untuk berkunjung adalah wisata Pantai Bira. Pantai Bira berada di daerah Sulawesi Selatan. Lokasi khususnya adalah Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba yang jaraknya sangat jauh, sekitar 200 KM dari pusat ibu kota Makassar. Sehingga Pantai Bira bisa dikatakan terletak di ujung Selatan daratan Sulawesi Selatan.

Untuk menuju ke Pantai Bira kita bisa menempuh dengan memulai dari Kabupaten Bulukumba yang berjarak sekitar 40 KM dari kota Bulukumba. Sesuai jarak maka dari kota Bulukumba ke Pantai Bira hanya

memakan waktu sekitar 30 menit hingga satu jam. Pantai Bira sebagai salah satu objek wisata telah menjadi pilar yang menopang perekonomian daerah Kabupaten Bulukumba, khususnya pada sektor pariwisata.

Secara umum telah menarik wisatawan dalam jumlah yang besar. Asumsi ini didasarkan pada data berikut yang menggambarkan peningkatan jumlah wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Bulukumba dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

Berdasarkan data pada tabel 1.1, maka dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Bira dari tahun ke tahun mengalami peningkatan selama kurun waktu lima tahun terakhir. Pada tahun 2013 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 118.768 orang, kemudian meningkat pada tahun 2014 yang mencapai angka 141.282 orang, selanjutnya pada tahun 2015 kunjungan wisatawan Berjumlah 160.530 orang dan meningkat menjadi sebanyak 162.116 orang pada tahun 2016. Sementara di tahun 2017 total kunjungan wisatawan Mancanegara dan Nusantara mencapai angka 189.181 orang.

Hal ini tentunya membuktikan bahwa potensi pariwisata di Kabupaten Bulukumba secara khusus pada objek wisata Pantai Bira mengalami progres atau kemajuan.

Tabel 1.1

**Jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara dan Nusantara
di Pantai Bira (2013 – 2017)**

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Nusantara	
2013	3.425	115.343	118.768
2014	4.195	137.087	141.282
2015	3.760	156.770	160.530
2016	3.421	158.695	162.116
2017	3.036	186.145	189.181

*Sumber: Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten
Bulukumba, 2017*

Selain Pantai Bira di Bulukumba terdapat salah satu Pantai yang memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang relatif tinggi yaitu Pantai Apparalang. Pantai Apparalang tidak memiliki pesisir ataupun hamparan pasir seperti Pantai pada umumnya. Pantai Apparalang memiliki pesona alam yang indah karena dikelilingi oleh tebing-tebing raksasa yang menjadi daya tarik wisatawan. Ditambah lagi dengan deburan ombak dan hempasan angin laut yang membuatnya semakin menegangkan. Meskipun begitu, tempat ini menjadi salah satu objek wisata andalan Sulawesi Selatan. Walaupun terkesan menegangkan, objek wisata ini justru tak berkurang pesona bagi pengunjung. Jernihnya air laut membuat wisatawan yang datang dapat dengan mudah melihat indahnya dasar laut Pantai Apparalang yang menjadikan Pantai Apparalang lebih eksotis dibanding Pantai lainnya. Pengunjung juga bisa melakukan aktivitas *snorkling* untuk

menikmati di sekitar bibir Pantai Apparalang. Meskipun terkenal dengan keindahannya Pantai Apparalang masih kurang diminati dibanding Pantai Bira. Namun, objek wisata ini bisa dijadikan wisata alternatif bagi yang suka hamparan tebing-tebing indah dari pada pasir putih. Kemudian apabila objek wisata Apparalang dapat dikelola dengan baik, maka bisa jadi Pantai Apparalang bisa mengalahkan eksistensi Pantai Bira nantinya.

Selain itu, salah satu objek wisata Pantai di Indonesia yang menunjukkan trend peningkatan pengunjung yang lebih tinggi dari Pantai Bira yaitu Pantai Tirtayasa yang berada di Lampung. Hal ini menjadi menarik untuk membandingkan kedua wisata ini untuk melihat jumlah kunjungan wisatawan antar kedua wisata ini. Berdasarkan laporan dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Lampung Selatan tahun 2013 diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Tirtayasa mencapai 100.857 orang, kemudian meningkat pada tahun 2014 mencapai 193.894 orang, selanjutnya pada tahun 2015 kunjungan wisatawan mencapai 243.620 orang peningkatan lagi sebanyak 445.459 orang pada tahun 2016. Sementara di tahun 2017 jumlah kunjungan mencapai 653.105 orang.

Berdasarkan data tersebut antara jumlah wisatawan Pantai Bira dan Pantai Tirtayasa menunjukkan adanya perbedaan jumlah pengunjung objek wisata Pantai Bira dan Pantai Lampung Selatan di mana, Pantai Bira pada tahun 2017 berjumlah 189.181 orang sedangkan Pantai Lampung Selatan pada tahun 2017 berjumlah 653.105 orang. sehingga jumlah pengunjung

Pantai Lampung Selatan lebih banyak dibandingkan dengan Pantai Bira. Terjadinya sebuah peningkatan jumlah pengunjung Pantai Lampung Selatan ini disebabkan oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain, yang pertama terkait dengan regulasi tentang peraturan, perda, baik tentang izin, penetapan harga / tarif dan dampaknya kepada masyarakat.

Kedua, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata berdampak langsung kepada kepuasan wisatawan, Dimana hal ini berdampak terhadap tinggi atau rendahnya jumlah kunjungan wisatawan, Sehingga niat kunjungan kembali wisatawan pada daya tarik wisata tersebut dipengaruhi oleh kesan yang didapat wisatawan dan kesan yang didapat merupakan wujud kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan. Ketiga, Promosi juga merupakan faktor yang sangat penting karena merupakan Pemasaran pariwisata meliputi sejumlah kegiatan yang untuk mempengaruhi, mengimbau dan merayu wisatawan potensial sebagai konsumen agar mengambil keputusan untuk mengadakan perjalanan wisata. Berhasil tidaknya promosi pariwisata dapat diukur banyaknya informasi yang diminta dan besarnya volume kedatangan wisatawan. Dalam aksesibilitas atau tingkat keterjangkauan pariwisata merupakan upaya wisatawan untuk mencapai suatu objek wisata. Para wisatawan akan memperhatikan jarak dan waktu yang akan ditempuh untuk menuju kesuatu objek wisata tersebut. Hal ini menjadi penyebab berkurangnya pengunjung Pantai Bira.

Perkembangan sektor pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun external yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, wilayah/provinsi maupun daerah.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan salah satu dasar dalam pembangunan. Dengan keberagaman kekayaan sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia, seperti potensi alam, flora, fauna, keindahan alam serta bentuknya yang berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan, dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan Domestik maupun Mancanegara. Dari daya tarik mendorong pemerintah untuk mendirikan industri pariwisata.

Sulawesi Selatan dengan Ibukota Makassar memiliki 24 kabupaten/kota. Sulawesi Selatan memiliki banyak objek wisata yang menarik mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah maupun wisata buatan, ini dilihat dari meningkatnya kunjungan wisatawan Mancanegara dan wisatawan Nusantara ke Sulawesi Selatan. Perkembangan di bidang pariwisata pun mengalami kemajuan yang pesat, hal ini dapat dilihat dari pesatnya pengembangan sarana dan prasarana wisata antara lain pembangunan hotel, bertambahnya *Travel agent*. Dijadikan bandar udara Sultan Hasanuddin sebagai bandar udara

Internasional dan makin dikembangkan tempat-tempat wisata lainnya.

Seiring dengan bertambahnya penduduk dan meningkatnya pendapatan masyarakat maka akan menyebabkan konsumsi akan barang dan jasa meningkat. Salah satunya adalah jasa perjalanan wisata yang ditawarkan oleh industri pariwisata dewasa ini. Terlebih lagi perjalanan yang dilakukan bukan sekedar hiburan, akan tetapi mempunyai tujuan tertentu yang akan membawa pengaruh yang cukup besar terhadap pribadi, keluarga, maupun lingkungan dalam dekade terakhir ini.

Perjalanan wisata merupakan kegiatan meninggalkan tempat tinggal untuk berlibur mencari udara segar yang baru untuk memenuhi rasa ingin tahu, ketenangan saraf, maupun menikmati keindahan alam. Dorongan orang untuk melakukan perjalanan timbul karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain atau hanya sekedar ingin tahu, menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Selain itu munculnya berbagai kepentingan masyarakat dari waktu ke waktu seiring dengan meningkatnya pendapatan, arus modernisasi dan teknologi (Suwanto, 2004).

Adanya pariwisata maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapat pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya

kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Budi, 2013).

Pariwisata juga merupakan fenomena yang sangat kompleks dan bersifat unik karena pariwisata bersifat multidimensi baik fisik, sosial, ekonomi, politik dan budaya. Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, hingga beragam wisata minat khusus. Bila dilihat dari segmen pasarnya, pariwisata sangatlah dinamis dan sangat terdiferensiasi dan skala operasinya yang terjenjang, mulai dari tingkat komunitas, lokal, nasional, regional, dan global. Selain itu pariwisata menuntut fasilitas pendukung yang kompleks. Pariwisata juga memiliki komponen yang sangat kompleks berhubungan dengan sebuah sistem yang lebih besar (Pembangunan nasional) dan subsistem lain yang menjadi Komponen-komponen. Diluar semua itu ada satu hal yang masih ditambahkan bahwa pariwisata memiliki kompleksitas yang tinggi dan dampaknya sangat rumit serta tidak mudah diukur, tergantung pada konteks yang sangat beragam dan menurut instrumen mitigasi dampak yang sangat luas. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan yang baik untuk penanganannya (Salma dkk,2004).

Pariwisata dapat mempengaruhi kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi, dan budaya. Dari sudut sosial, di mana kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai faktor usaha yang langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Hubungannya dengan kegiatan para wisatawan dalam negeri, maka pariwisata akan menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah air, sehingga dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotivasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa. Selain itu juga, pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Segi ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah yang bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan Mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Segi budaya dalam pariwisata merupakan sarana untuk memperkenalkan alam kebudayaan daerah tujuan wisata. Dengan saran inilah dapat mendorong Kreativitas rakyat dalam menggali dan meningkatkan serta melestarikan seni budaya daerahnya.

Sejalan dengan diberlakukannya otonomi daerah, memberikan kewenangan pengaturan pariwisata seluas-luasnya kepada daerah

(Kabupaten/kota) untuk melakukan pembangunan pariwisata daerah. Namun dalam pelaksanaannya masih banyak pembangunan fisik daya tarik wisata dilakukan dengan cara mengeksploitasi alam tanpa memperhatikan kelangsungan ekosistem yang ada serta kurang memperhatikan peta kekuatan pasar wisata. Jika tidak dikembangkan secara terencana maka pariwisata juga akan memberikan peluang bagi munculnya berbagai dampak negatif yang merugikan kehidupan ekonomi, sosial dan budaya di daerah yang bersangkutan. Oleh sebab itu, kebijakan pengembangan sektor pariwisata daerah haruslah memperhitungkan secara cermat baik dampak positif maupun negatif. Peran pemerintah daerah sebagai inisiator, motivator dan fasilitator sangat menentukan keberhasilan pengembangan pariwisata.

Dalam upaya untuk melaksanakan program pembangunan pariwisata yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah, pemerintah Sulawesi Selatan berusaha meningkatkan citra positif dalam pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya atau potensi pariwisata yang dimilikinya. Selain upaya pembangunan objek dan daya tarik wisata dan kegiatan promosi, diperlukan pula fasilitas pelayanan wisatawan diantaranya sarana transportasi, akomodasi yang nyaman, keamanan serta hal lain yang dianggap perlu untuk menunjang program pengembangan pariwisata.

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengkaji mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi

Permintaan Jasa Objek Wisata Pantai Bira, sehingga topik penelitian adalah:“ **Analisis Permintaan Jasa Objek Wisata Pantai Bira** “.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga tiket wisata Pantai Bira berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira?
2. Apakah harga tiket wisata lain berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira?
3. Apakah tarif Gazebo wisata Pantai Bira berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira?
4. Apakah pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira?
5. Apakah jarak rumah ke objek wisata berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga tiket wisata Pantai Bira terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga tiket wisata lain terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tarif fasilitas Gezebo terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jarak rumah ke objek wisata terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.

1.4 Manfaat Penelitian

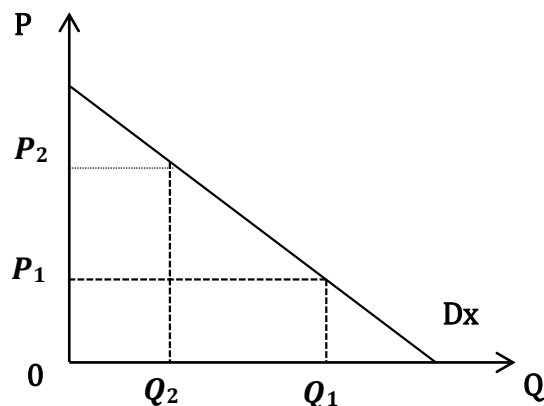
1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi pengelola Wisata Pantai Bira dalam melakukan pengembangan objek wisata.
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah Kabupaten Bulukumba, utamanya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bulukumba maupun pihak yang terkait dalam melakukan kebijakan pengembangan pariwisata.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori Permintaan Jasa Pariwisata

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Gilarso (2001) menyatakan bahwa permintaan adalah jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Gambar 2.1
Kurva Permintaan Suatu Barang



Sumber: Gilarso, 2001

Kurva Permintaan dapat digambarkan seperti yang terlihat didalam gambar 2.1, jumlah yang mau dibeli (Q) diukur dengan sumbu X (horisontal), sedangkan harga (P) diukur dengan sumbu Y (vertikal), Kurva permintaan menunjukkan bahwa antara harga dan jumlah yang mau dibeli

terdapat suatu hubungan yang negatif atau berbalikan, yaitu jika harga naik, maka jumlah yang dibeli akan berkurang dan jika harga turun, maka jumlah yang mau dibeli akan bertambah. Gejala ini disebut hukum permintaan (Gilarso 2001 : 21). Menurut Eachern (2000), permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Sedangkan menurut Mankiw (2006), Permintaan adalah jumlah barang yang ingin dibeli oleh pembeli dan mampu untuk membelinya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa dasarnya permintaan diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan. Pengertian ini hanya berdasarkan kebutuhan saja, sehingga disebut juga dengan kebutuhan absolut. Dengan kebutuhan ini, setiap individu akan mempunyai permintaan atas suatu barang tersebut.

Samuelson (2003) menjelaskan *schedule* permintaan adalah adanya suatu hubungan yang pasti antara harga pasar dari suatu barang dengan kuantitas yang dimiliki dari barang tersebut asalkan hal-hal lain tidak berubah. Kurva permintaan mempunyai karakteristik “ Hukum Permintaan yang mempunyai lereng menurun “ yaitu apabila harga satu komoditi naik dan hal-hal lain tidak berubah, pembeli cenderung membeli lebih sedikit komoditi itu, demikian pula apabila harga turun sedangkan hal-hal lain tetap, kuantitas yang diminta akan meningkat.

Di samping hukum permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan : semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan atas barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu

barang, maka semakin sedikit permintaan atas barang tersebut (Sukirno,2005).

Jadi dapat disimpulkan bahwa definisi permintaan menunjukkan hubungan antara berbagai tingkat harga dengan jumlah barang yang akan dibeli oleh konsumen. keadaan-keadaan ini dianggap tidak berubah. Perlu diingat bahwa sewaktu kita rumuskan, dimasukkan pernyataan *ceteris paribus*, artinya “ keadaan tetap sama.

Menurut Samuelson (2003) faktor lain yang mempengaruhi berapa banyak barang yang akan diminta adalah sebagai berikut: a) Pendapatan rata-rata dari konsumen sangat menentukan permintaan. apabila pendapatan masyarakat naik, maka individu cenderung membeli hampir segala sesuatu dalam jumlah yang lebih banyak, sekalipun harga-harga tidak berubah. b) Ukuran pasar yang diukur, misalnya jumlah penduduk jelas mempengaruhi jumlah permintaan. jika penduduk bertambah, maka permintaan semakin meningkat. c) Harga-harga dan ketersediaan barang terkait mempengaruhi permintaan akan suatu komoditi. Sebuah hubungan penting terutama sekali ada di antara barang-barang yang mempunyai hubungan substitusi. d) Selera atau preferensi menggambarkan bermacam-macam pengaruh budaya dan sejarah. Perubahan selera terhadap suatu komoditi akan menyebabkan kenaikan atau penurunan tingkat permintaan untuk komoditi tersebut. e) Faktor-faktor khusus mempengaruhi permintaan akan barang-barang tertentu. Contohnya adalah cuaca dan iklim.

Berdasarkan undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Happy dan Bahar (2000) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut : Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain meninggalkan tempat semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Kemudian Wahab (2003) mengemukakan bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara mendapatkan pelayanan secara berganti diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda-beda dengan apa yang dialaminya di mana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Berdasarkan definisi pariwisata yang telah di jelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*bussiness*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata hanya untuk

menikmati perjalanan tersebut, bertamasya, berekreasi, atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam.

Menurut Spillane (2004) terdapat 5 (lima) unsur industry pariwisata yang sangat penting, yaitu :*Daya Tarik* digolongkan menjadi dua, yaitu *site attractions dan event attraction*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap seperti kebun binatang, keratin, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat dipindahkan dengan mudah seperti festival, pameran atau pertunjukan kesenian daerah.

Fasilitas-fasilitas yang diperlukan (*Fasilities*), Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan dan tempat makan. Selain itu ada kebutuhan akan pendukung industry seperti toko *Suvenir*, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi.

Infrastruktur, Daya tarik fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur perlu untuk mendorong perkembangan pariwisata. Infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun masyarakat yang juga tinggal di daerah wisata, maka penduduk juga akan mendapatkan keuntungan.

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

Keramahtamahan (Hospitality), Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan, khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan didatangi atau dikunjungi. 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.

Banyak Definisi tentang pariwisata yang telah disampaikan oleh para pakar yang menimbulkan banyak perbedaan sudut pandang dalam penafsiran. Perbedaan sudut pandang atau kepentingan dalam berpariwisata tersebut menyebabkan adanya berbagai jenis pariwisata.

Menurut Dewi (2010) objek wisata dikelompokkan ke dalam 3 (tiga) jenis, yaitu :*Pertama objek wisata alam* misalnya: laut, Pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langkah), Flora (langkah), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam, dan lain-lain.*Kedua objek wisata budaya* misalnya : upacara kelahiran, tari-tarian (tradisional), musik tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen,

cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat local, museum, dan lain-lain. *Ketiga objek wisata buatan, misalnya* : sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan, naik kuda, taman rekreasi, pusat-pusat perbelanjaan, dan lain-lain.

Jenis-jenis pariwisata menurut Spillane (2004) berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu : *Pariwisata untuk menikmati perjalanan (pleasure tourism)*, Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi kehendak ingintahunya, mengendorkan ketegangan syaraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, mengetahui hikayat rakyat setempat, mendapatkan ketenangan.

Pariwisata untuk rekreasi (recreation tourism), pariwisata ini dilakukan untuk pemanfaatan hari-hari libur untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, dan menyegarkan diri dari keletihan dan kelelahannya. Dapat dilakukan pada tempat yang menjamin tujuan-tujuan rekreasi yang menawarkan kenikmatan yang diperlukan seperti tepi pantai, pusat-pusat peristirahatan dan pusat-pusat kesehatan.

Pariwisata untuk kebudayaan (cultural tourism), jenis ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar dipusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan

cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian dan keagamaan, festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

Pariwisata untuk olahraga (sport tourism), jenis pariwisata ini bertujuan untuk olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawan ditujukan bagi mereka yang ingin memperaktekannya.

Pariwisata untuk ukuran dagang besar (business tourism), dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebas untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai objek wisata dan jenis pariwisata lain. f) *Pariwisata untuk konvensi (convention tourims)*, banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang pariwisata konvensi.

Ada berbagai macam bentuk perjalanan wisata menurut Suwantoro (2004) bila ditinjau dari berbagai macam segi, yaitu :Dari segi jumlahnya wisata dibedakan menjadi tiga :*Individual tour* (wisatawan perseorangan) yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau pasangan suami istri. *Family group tour* (wisata keluarga) yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan. *Group tour* (wisata rombongan) yaitu

perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dan dipimpin oleh seseorang.

Dari segi kepengaturannya wisata dibedakan menjadi lima yaitu : *Pre- arranged tour* (wisata berencana) yaitu suatu perjalanan wisata yang telah diatur pada jauh hari sebelumnya. *Package tour* (wisata paket atau paket wisata) yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan. *Coach tour* (wisata terpimpin) yaitu paket perjalanan eksekursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata. *Special arrabged tour* (wisata khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan pariwisata atau lebih sesuai dengan kepentingan wisatawan. *Optional tour* (wisata tambahan) yaitu suatu perjalanan wisata tambahan di luar pengaturan yang telah disusun atas permintaan pelanggan.

Dari segi maksud dan tujuannya wisata dibedakan menjadi tujuh yaitu : *Holiday tour* (wisata liburan) yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan di ikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri. *Familiarization tour* (wisata pengenalan) yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaan. *Educational tour* (wisata pengetahuan) yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang di kunjungi. *Scientific tour* (wisata pengetahuan) yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk

memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan. *Pileimage tour* (wisata keagamaan) yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk melakukan kegiatan ibadah. *Special tour* (wisata program khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus. *Hunting tour* (wisata pemburuan) yaitu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan pemburuan binatang yang diizinkan sebagai hiburan.

Dari segi penyelenggaraannya wisata dibedakan menjadi 5 yaitu: *Excursion* (ekskursi) yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek wisata. *Safari tour* yaitu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan khusus yang tujuan maupun objek bukan merupakan kunjungan wisata pada umumnya. *Cruisi tour* yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek wisata bahari dan wisata didarat tetapi menggunakan kapal pesiar. *Youth tour* (wisata remaja) yaitu kunjungan wisata yang khusus diperuntukkan bagi para remaja menurut umur yang ditetapkan. *Marine tour* (wisata bahari) yaitu suatu kunjungan objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreck-diving* (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.

Salma,dkk (2004) mengemukakan 4 (empat) hal mengapa orang melakukan perjalanan wisata, yaitu : a) Motivasi Fisik Robert, orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mengembalikan

keadaan fisik yang sudah lelah karena sudah bekerja, perlu beristirahat dan bersantai, melakukan kegiatan olahraga, agar kembali semangat ketika masuk kerja. b) Motivasi kultural, orang-orang tergerak hatinya untuk melakukan perjalanan wisata disebabkan ingin melihat dan menyaksikan tingkat kemajuan budaya suatu bangsa, baik kebudayaan di masa lalu maupun apa yang sudah dicapai sekarang, adat-istiadat, kebiasaan hidup (*the way of life*) suatu bangsa atau daerah yang berbeda. c) Motivasi personal, orang-orang ingin melakukan perjalanan wisata karena ada keinginan untuk mengunjungi anak keluarga atau teman yang sudah lama tidak bertemu. d) Motivasi status dan *prestise*, Ada orang-orang tertentu yang beranggapan dengan melakukan perjalanan wisata dapat meningkatkan status dan *prestise* keluarga, menunjukkan mereka memiliki kemampuan dibandingkan dengan orang lain.

Pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian yaitu perorangan (individu), usaha kecil menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah. Permintaan pariwisata adalah jumlah dari total orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja (Mulyana,2009).

Menurut Djijono (2002) permintaan masyarakat terhadap jasa-jasa lingkungan seperti tempat rekreasi alam juga sama dengan permintaan barang dan jasa. Permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan

partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang dapat diharapkan, bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat. Oleh karena itu, permintaan terhadap objek wisata juga dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan tempat tinggal dan tempat kerja (Mulyana, 2009). Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti udara segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal itu berlaku dalam industri pariwisata, justru barang-barang yang termaksud *Free goods* ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan.

Untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari Permintaan dalam kepariwisataan (*Tourism demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu.

2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Pariwisata

Faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata menurut Medik dalam Ariyanto (2005), antara lain :*Harga*, yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata maka akan memberikan imbas / timbal balik pada wisatawan yang berpergian / calon wisata, sehingga permintaan wisatapun akan berkurang begitupula sebaliknya.

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

Sosial Budaya, dengan adanya sosial budaya yang unik bercirikan atau dengan kata lain berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.

Sosial politik (sospol), dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan daerah tujuan wisata (DTW) dalam situasi aman dan tenteram,

tetapi apabila hal tersebut berseberangan dengan kenyataan, maka sospol akan sangat terasa pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.

Intensitas keluarga, banyak / sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diartifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

Harga suatu barang substitusi, harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, di mana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti daerah tujuan wisata (DTW) yang dijadikan cadangan dalam berwisata seperti: Bali sebagai tujuan wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal bali dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat daerah tujuan wisata (DTW) sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya ke daerah terdekat seperti Malaysia (Kuala Lumpur dan Singapura).

Harga barang komplementer, merupakan sebuah barang yang saling membantu atau dengan kata lain barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi, di mana apabila dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai objek wisata yang saling melengkapi dengan objek wisata lainnya.

2.3 Hubungan antar variabel

2.3.1 Hubungan harga tiket wisata dengan permintaan jasa objek wisata

Harga tiket masuk adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan kepuasan akan jasa wisata. Menurut hukum permintaan, “semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan atas barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit permintaan atas barang tersebut” (Sukirno, 2005).

Menurut Baskoro dan Bagio (2003), Harga tiket masuk yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata akan memberikan imbas pada wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sehingga permintaan wisatawan berkurang. Begitu pula sebaliknya apabila harga tiket masuk pada suatu daerah tujuan wisata rendah maka permintaan wisata akan meningkat.

2.3.2 Hubungan Harga Tiket Masuk Di Objek Wisata Lain Dengan Permintaan Jasa Objek Wisata

Harga tiket ke objek wisata lain merupakan harga lain dalam fungsi permintaan. Harga barang lain atau harga tiket tersebut dijelaskan oleh biaya tiket masuk yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata lain yang pernah dikunjungi. Substitusi (mengganti) dan komplementer (melengkapi) dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika objek wisata Pantai Bira dan objek wisata lain merupakan barang substitusi maka ketika harga tiket objek wisata lain

turun sedangkan harga tiket objek wisata Pantai Bira tetap, konsumen akan mengunjungi objek wisata lain lebih banyak dan mengunjungi lebih sedikit objek wisata Pantai Bira. Jika objek wisata Pantai Bira dan objek wisata lain merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, di mana penurunan harga tiket objek wisata lain akan menaikkan permintaan objek wisata Pantai Bira dan kenaikan harga objek wisata lain akan menurunkan objek wisata Pantai Bira.

Menurut Guntur (2010) Harga adalah ” sejumlah Uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atas jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bayaran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel”. Berdasarkan pendapat tersebut, penulis sampe pada pemahaman bahwa harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2.3.3 Hubungan Tarif Fasilitas Gazebo dengan permintaan Jasa objek wisata

Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di objek wisata tersebut, misalnya saja seperti hotel, *restaurant*, alat transportasi, toko souvenir dan lain-lain. Apabila suatu

objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari pengunjung sebelumnya. Sebaliknya jika suatu objek wisata tidak memiliki fasilitas yang memuaskan maka permintaan berwisata akan menurun.

Spillane (2004) menyatakan bahwa fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas. Fasilitas merupakan unsur industri pariwisata yang sangat penting berapapun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan. Seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat kembali lagi kesana dalam lain kesempatan. Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah loker, tempat parkir, pelampung, restoran/tempat makan, kamar mandi dan kamar ganti.

Dewi (2010) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan, hal ini mengindikasikan bahwa antara fasilitas dan jumlah kunjungan di objek wisata berhubungan positif yang berarti semakin memadai fasilitas yang disediakan maka frekuensi untuk mengunjungi objek wisata akan meningkat dikarenakan

pengunjung akan merasa puas dan tidak sia-sia mengunjungi objek wisata tersebut.

2.3.4 Hubungan Pendapatan Konsumen Dengan Permintaan Jasa Objek Wisata

Pendapatan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata. Perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk (Sukirno, 1994). Dapat di asumsikan apabila pariwisata merupakan barang yang normal, maka jika penghasilan naik maka akan semakin banyak orang untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi sehingga meningkatkan kunjungan ke tempat wisata. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin tinggi, sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah. Semakin tinggi jumlah pendapatan maka akan semakin tinggi pula tingkat konsumsi.

2.3.5 Hubungan Antara Jarak Rumah Dengan Permintaan Jasa Objek Wisata

Hubungan jarak tempat tinggal terhadap permintaan wisata terutama tempat wisata tersebut memiliki jarak yang jauh. 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 yang beraneka

ragam (Richard Sihite dalam Mapaung dan Bahar (2000). Kerangka teori yang mendasari penelitian ini adalah teori pariwisata dan teori objek wisata yang menurut Yoeti (2008) jarak antara tempat/daerah asal wisatawan dan daerah tempat wisata juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan kunjungan wisata.

Jarak antara daerah tempat tinggal ke tempat objek wisata juga mempengaruhi permintaan akan kunjungan. Seseorang cenderung lebih memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya untuk menekan biaya pengeluaran dalam berwisata. Oleh karena itu apabila semakin dekat jarak objek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi objek wisata itu dan begitu juga sebaliknya (Novrani, 2014).

24 Studi Empiris

Baskoro dan Bagio (2013) dalam penelitiannya menggunakan variabel, jumlah biaya sekali berkunjung ke wisata, variabel jumlah biaya sekali berkunjung ke objek wisata lain, harga tiket masuk, dan pendapatan. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa ke empat variabel independen berpengaruh bersama-sama terhadap jumlah kunjungan objek wisata.

Dewi (2010) dalam penelitiannya menggunakan variabel harga tiket objek wisata, fasilitas, permainan, dan jarak. Dan variabel fasilitas, permainan, dan jarak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan objek wisata Water Blaster.

Arshad Habibi (2009) Meneliti tentang “ Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan Wisatawan ke objek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang “. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan dan bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap jumlah kunjungan objek wisata Umbul Sidomukti, Kabupaten Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan jumlah kunjungan wisata Umbul Sidomukti sebagai variabel dependen dan empat variabel sebagai variabel independen yaitu biaya pengunjung objek wisata Umbul Sidomukti, biaya pengunjung ke wisata lain, penghasilan rata-rata perbulan dari para pengunjung, atraksi wisata.

Zaenal S. (2006) Meneliti tentang “ Analisis Permintaan Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata Dataran Tinggi Dieng, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen yaitu travel cost ke Dataran Tinggi Daeng, Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan, dan variabel jarak. Dari penelitian tersebut diperoleh nilai ekonomi Dataran Tinggi Dieng yaitu nilai surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp. 427.646,11 atau Rp. 142.584,7 per individu per satu kali kunjungan. Dari hasil uji signifikan diperoleh bahwa hanya dua variabel

yang signifikan secara statistik yaitu variabel travel cost ke Dataran Tinggi Dieng dan variabel jarak.

2.5 Kerangka Pikir

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Permintaan Jasa Objek Wisata yaitu Harga tiket wisata, harga tiket wisata lain, tarif fasilitas gezebo, pendapatan konsumen, jarak rumah ke objek wisata.

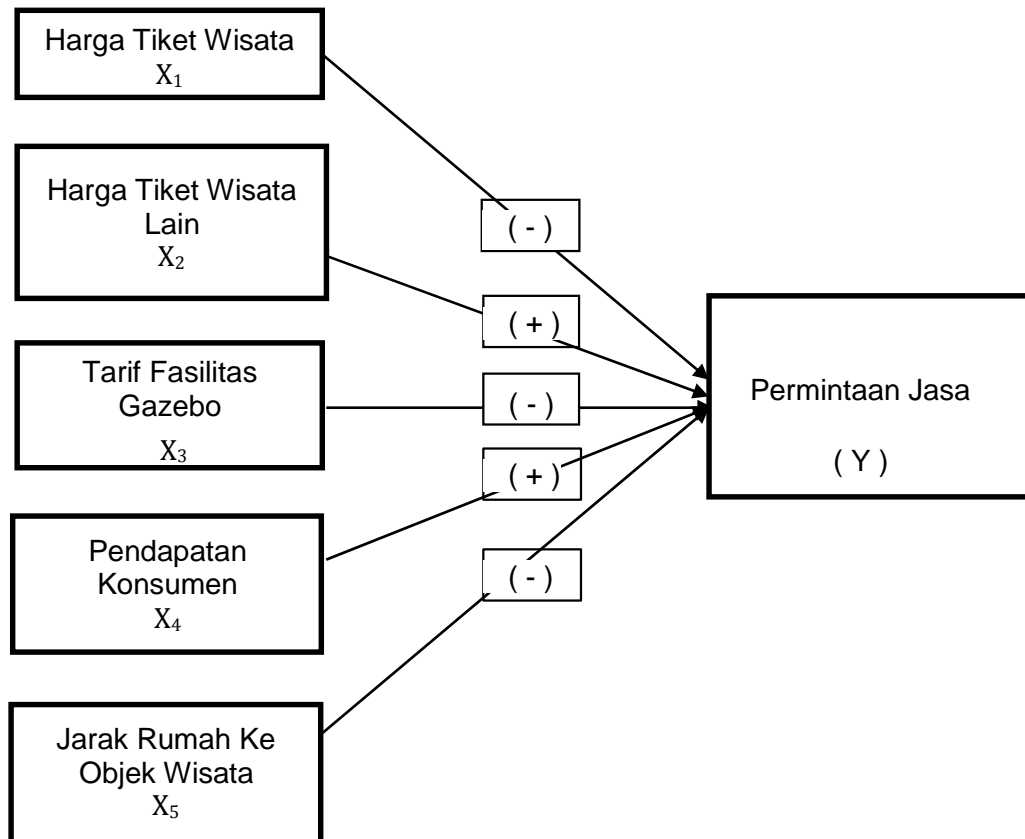
Harga tiket wisata masuk mempengaruhi permintaan jasa objek wisata hal ini dikarenakan jika harga tiket masuk yang ditawarkan suatu objek wisata tinggi/mahal maka semakin rendah keinginan seseorang untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Sebaliknya jika harga tiket yang ditawarkan suatu objek wisata rendah / murah maka semakin tinggi keinginan seseorang untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Dan itu didukung oleh Baksoro dan Bagio (2013).

Harga tiket ke objek wisata lain merupakan turunan harga barang lain dalam fungsi permintaan. Harga barang lain atau harga tiket tersebut dijelaskan oleh biaya tiket masuk yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata lain yang pernah dikunjungi. Substitusi (mengganti) dan komplementer (melengkapi) dapat di definisikan hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan.

Tarif Fasilitas Gazebo mempengaruhi objek wisata, ketersediaan fasilitas di lokasi atau tempat wisata akan membuat wisatawan merasa nyaman untuk lebih lama dalam melakukan perjalanan wisata seperti adanya penginapan dan restoran / tempat makan. itu didukung oleh Spillane (2004).

Pendapatan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata. Perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk (Sukirno, 1994). Pendapatan yang naik dengan harga relatif konstan, efeknya banyak pada jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin tinggi, sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

Jarak tempuh juga mempengaruhi permintaan jasa objek wisata ini karena seseorang cenderung memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya untuk menekan biaya pengeluaran dalam berwisata. Oleh karena itu apabila semakin dekat jarak objek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi objek wisata itu dan begitupun sebaliknya. Dan itu juga didukung oleh Novrani (2014). Berdasarkan konsep teori diatas maka peneliti mencoba menguraikan dalam bentuk kerangka pikir sebagai berikut :



Gambar 2.2 kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan kajian teoritis yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga bahwa harga tiket wisata Pantai Bira berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.
2. Diduga bahwa harga harga tiket masuk objek wisata lain berpengaruh positif terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.
3. Diduga bahwa tarif fasilitas gezebo berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.

4. Diduga bahwa pendapatan konsumen berpengaruh positif terhadap permintaan jasa objek wisata Pantai Bira.
5. Diduga bahwa jarak rumah ke objek wisata berpengaruh negatif terhadap Permintaan Jasa Objek wisata Pantai Bira.