

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERMINTAAN TERHADAP WISATA ALAM BANTIMURUNG**

*An Analysis of Factors Affecting the Demands for  
Bantimurung Nature Tourism*

**JUMRIANA BAKRI  
PO400204020**



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2007**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERMINTAAN TERHADAP WISATA ALAM BANTIMURUNG**

**Tesis**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister**

**Program Studi  
Ekonomi Sumberdaya**

**Disusun dan diajukan oleh**

**JUMRIANA BAKRI**

**Kepada**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2007**

**TESIS**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERMINTAAN TERHADAP WISATA ALAM BANTIMURUNG**

Disusun dan diajukan oleh

**JUMRIANA BAKRI**  
**PO400204020**

Menyetujui :

Komisi Penasehat

**DR. I Made Benyamin, M.Ec**

**Ketua**

Ketua Program Studi  
Ekonomi Sumberdaya

**DR. H. Madris, DPS, M.Si**

**Anggota**

Direktur Program Pascasarjana  
Universitas Hasanuddin

**DR. I Made Benyamin, M.Ec**

**Prof. DR. dr. A. Razak Thaha, M.Sc**

## **PRAKATA**

Benar rupanya tidak ada kata terlambat dalam segala hal upaya ketidaksempurnaan manusia, bila kehendaknya pun tiba. Alhamdulillah betapa pun tidak sempurnanya perjuangan hidup dan belajar yang tidak pernah selesai, tesis ini muncul juga seperti apa adanya. Tesis ini tentu tidak melebihi pula batas-batas kemampuan atas rahmat yang dilimpahkan Allah dalam perjalanan meraih salah satu cita-cita akademik luhur penulis.

Syukur Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT karena atas segala limpahan rahmat, taufiq dan hidayahnya sehingga penulis diberi kesempatan, kesehatan jasmani dan rohani dalam menyelesaikan penulisan tesis ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menghaturkan terima kasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. I. Made Benyamin, M.Ec dan Bapak Dr. H. Madris, DPS, M.Si selaku komisi penasehat, atas bimbingan yang tulus dan penuh perhatian dalam membimbing penulis, sejak persiapan penelitian hingga pada tahap penyelesaian tesis.
2. Direktur beserta Asisten Direktur, Ketua Program Studi Ekonomi Sumberdaya, para staf pengajar dan staf administrasi yang telah

memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar.

3. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Maros atas pelayanan dan kemudahan sehingga penulisan dapat terselesaikan dan para responden yang menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner guna melengkapi data-data yang ada.
4. Rekan-rekan mahasiswa Program Pascasarjana, khususnya Program Studi Ekonomi Sumberdaya angkatan 2004, yang telah memberikan kontribusi sejak kuliah sampai penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Kepada Bapak Drs. Anas Iswanto Anwar, MA atas waktu, saran, dan dukungannya sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini.
6. Kepada Meiyanti Suryanti, SE, M.Si atas semua waktu, informasi, saran, dan dukungannya sehingga tulisan ini dapat terselesaikan dengan baik, juga kepada Kamaruddin, SE, M.Si (Ciwari) atas bantuannya dalam mengolah data regresi, akhirnya tesis ini bisa selesai dan kepada Bintang Balele, SE, M.Si thanks atas waktunya mendengarkan semua keluhan, pada saat penulis menyusun tesis ini dan saranku “semua masalah pasti akan ada jalan keluarnya, jangan mudah putus asa ya?”
7. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan motivasi selama penulis

menyelesaikan studi di Program Pascasarjana Universitas  
Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh  
karena itu saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan.

Akhirnya semoga tesis ini bermanfaat bagi pengembangan Ilmu  
Pengetahuan. Insya Allah. Amin

Makassar Februari

2007

Jumriana Bakri

## Kupersembahkan.....

Buat yang selalu Tercinta

Ayahanda **H.M. BAKRI** dan Ibu bunda **Hj. Munirah**

Yang telah mengalirkan cinta dan kasih sayangnya dengan

tulus

kedalam nadi kehidupanku tiada henti

yang telah menyematkan seribu harapan dihatiku dan

melambungkan citaku jauh mengawan

buat keduanya segala sanjungan dan kehormatan kuhibahkan

**kuhaturkan .....**

Buat yang terkasih Suamiku MULI ADI , SH

Atas keteduhan dan kasih sayangnya serta

kesabarannya,

Tempatku berlabuh dari segala suka dan duka.

**Kepada pelita kecilku.....**

Ananda **Kayla Inayah Azzahrah.M**

Atas segala pengertian dan pengorbanannya

Untuk tidak mendapat perhatian seorang ibu

Sebagaimana mestinya selama ini.

“ Kutitipkan semua harapan, engkaulah penerus cita dan cinta bunda ”

**Pelajarilah ilmu .....**  
**Barang Siapa mempelajarinya karena Allah, itu**  
**Taqwa.**  
**Menuntutnya itu Ibadah**  
**Mengajarkannya kepada orang yang tidak tau, itu**  
**sedekah.**  
**Memberikannya kepada ahlinya,itu mendekatkan diri**  
**kepada Tuhan**

## ABSTRAK

**JUMRIANA BAKRI.** *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan terhadap Wisata Alam Bantimurung* (dibimbing oleh I Made Benyamin dan H.Madris).

Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) biaya perjalanan rata-rata dengan menggunakan metode *travel cost* yang diklasifikasikan dari tiap-tiap biaya wisata yang dikeluarkan; (2) pengaruh pendapatan kepala rumah tangga, pendidikan, biaya wisata, dan pekerjaan terhadap permintaan wisata alam Bantimurung.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan telaah dokumen. Data dianalisis dengan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendapatan dan biaya wisata berpengaruh nyata terhadap permintaan wisata alam Bantimurung. Adapun faktor pendidikan, persepsi ketersediaan fasilitas wisata dan pekerjaan kepala rumah tangga tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan wisata alam Bantimurung.

## ABSTRACT

**JUMRIANA BAKRI.** *An Anlysis of factors Affecting the Demands for Bantimurung Nature tourism* (supervised by **I Made Benyamin** and **H. Madris**).

The study aims to identify the average traveling expenses using *travel cost method* calculating from every traveling expense spending; and the influence of the income of the head of family, educational background, traveling expenses, and occupation on the demand for Bantimurung Nature tourism. The data used in study are the primary and secondary ones and analyzed by multiple regression.

The result indicates that the income and travel expenses factors have a significant influence on the demand for Bantimurung nature tourism. Meanwhile, education factor, the perception of availability of tourism facilities, and the occupation of the head of the family do not have a significant impact on the demand for Bantimurung nature tourism.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iii</b>
<b><i>ABSTRACT</i></b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Konsep Permintaan	7
B. Permintaan Sumberdaya Wisata	9
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Wisata	11

D. Wisatawan, Obyek dan Daya Tarik Wisata	17
E. Komponen-komponen Pariwisata	21
F. Hasil Penelitian Sebelumnya	27
G. Kerangka Pemikiran	28
H. Hipotesis	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
B. Jenis dan Sumber Data	34
C. Populasi dan Sampel	34
D. Teknik Analisis Data	35
E. Definisi Operasional	37
<b>BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN</b>	
A. Letak Luas dan Batas Kawasan	39
B. Aksesibilitas	39
C. Potensi Wisata Alam Bantimurung	40
D. Pengembangan Wisata Alam Bantimurung yang Berwawasan Lingkungan.	41
E. Perkembangan Obyek Wisata alam Bantimurung Terhadap PAD Di Kabupaten Maros	43
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Karakteristik Responden	46

B. Hasil Estimasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Alam Bantimurung	55
---	----

## **BAB VI SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan	63
-------------	----

B. Saran	64
----------	----

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>		<b>Halaman</b>
1.	Jumlah Sampel Wisatawan	35
2.	Hasil Retribusi Obyek Wisata Alam Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 2000 – 2005	44
3.	Distribusi persentase responden menurut jenis kelamin	46
4.	Distribusi persentase responden menurut kelompok umur	47
5.	Distribusi responden menurut frekuensi kunjungan	48
6.	Distribusi jumlah pengunjung pada obyek wisata alam Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 2000 – 2005	49
7.	Distribusi persentase responden menurut pendapatan	51
8.	Distribusi responden menurut tingkat pendidikan	52
9.	Distribusi responden menurut persepsi ketersediaan fasilitas wisata	53
10.	Distribusi responden menurut pekerjaan kepala rumah tangga	54
11.	Distribusi responden menurut biaya wisata	54
12.	Hasil estimasi model faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata alam Bantimurung	55

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Skema Kerangka Pikir	32

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sektor kehutanan mempunyai fungsi ganda untuk mendukung kehidupan manusia, karena pada suatu kawasan hutan terdapat berbagai alternatif manfaat yang dapat dinikmati. Pemanfaatan hutan tersebut tergantung bagaimana cara menggunakannya. Untuk memberikan hasil yang optimal, pemanfaatan hutan harus disesuaikan berdasarkan fungsi dan peruntukannya, sehingga manfaat yang dapat diperoleh menjadi optimal tanpa merusak kelestarian hutan itu sendiri.

Taman Wisata Alam Bantimurung dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan kepariwisataan. Daya tarik Taman Wisata Alam Bantimurung yang khas seperti keunikan dan keindahan alam, kekhasan satwa dan bentang alam lainnya merupakan obyek wisata yang sulit dijumpai ditempat lain. Lokasi ini banyak dikunjungi wisatawan serta terkenal banyak menyimpan potensi keindahan alam seperti gua-gua, air terjun, dan sejumlah spesies kupu-kupu yang khas hanya terdapat pada ekosistem bukit kapur.

Sekarang ini ada indikasi bahwa banyak wisatawan berkeinginan untuk kembali ke alam (*back to nature*). Hal ini tercermin dari banyaknya kelompok pecinta alam yang bermunculan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Alam rimba dapat dipergunakan untuk tujuan-tujuan rekreasi,

khususnya jika potensi wisata dapat dikembangkan pada kawasan konservasi seperti misalnya, untuk melihat pemandangan dengan keindahan yang khas atau langka, dan binatang-binatang yang mempunyai daya tarik khusus, dalam hal ini dapat membantu memperoleh suatu sumber devisa yang penting meskipun konservasi tidak diarahkan langsung kepada hasil finansial kepariwisataan (Knudson, 1980).

Kecenderungan yang terjadi adalah mendahulukan untuk memperoleh manfaat benda (*tangible*) daripada manfaat jasa (*intangible*). Perhatian terhadap hutan produksi relatif lebih besar karena hasilnya lebih cepat dapat dinikmati dan manfaatnya mudah dihitung dengan hasil yang menguntungkan. Salah satu manfaat tidak nyata (*intangible benefit*) hutan adalah pemanfaatannya sebagai obyek rekreasi antar hutan wisata. Memanfaatkan jasa hutan bagi tujuan wisata masih langka, disamping itu belum diperhitungkan secara ekonomis sehingga secara keseluruhan belum mencerminkan gambaran manfaat hutan yang menyeluruh. Sehubungan dengan hal tersebut, salah satu sasaran yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mencoba memperhitungkan manfaat *intangible* suatu hutan wisata.

Cagar alam adalah hutan suaka alam yang berhubungan dengan keadaan alamnya yang khas, termasuk alam hewani dan alam nabati yang perlu dilindungi untuk keperluan ilmu pengetahuan dan kebudayaan. Sedangkan suaka alam yang ditetapkan sebagai suatu tempat hidup marga satwa yang mempunyai nilai yang khas bagi ilmu pengetahuan dan

kebudayaan serta merupakan kekayaan dan kebanggaan nasional yang kemudian disebut suaka marga satwa. Menurut Suparmoko (1992) hutan wisata adalah kawasan hutan yang diperlukan secara khusus untuk dipelihara guna kepentingan pariwisata. Hutan wisata yang memiliki keindahan alam baik keindahan nabati, keindahan hewani maupun keindahan alamnya sendiri yang memiliki corak yang khas untuk dimanfaatkan bagi kepentingan wisata dan kebudayaan selanjutnya disebut taman wisata.

Taman wisata yang berada di kawasan cagar alam nilainya terkait pada fungsi hutan sebagai tempat rekreasi. Menilai jasa hutan yang dimanfaatkan sebagai obyek rekreasi maka nilainya melekat pada kesediaan membayar para pengunjung obyek rekreasi tersebut.

Taman wisata alam bantimurung terletak di Kelurahan Kallabirang kecamatan Bantimurung dan ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor.237/KPTS/UM/3/1981 dengan luas kawasan  $\pm 18$  Ha.

Taman wisata alam bantimurung, Kabupaten Maros, terletak sekitar 47 km dari kota Makassar. Taman wisata alam ini banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal, nusantara, mancanegara hingga mencapai ratusan ribu orang sepanjang tahun.

Namun ironisnya, semakin banyaknya pengunjung justru menjadi ancaman bagi ekosistem di kawasan itu, misalnya kupu-kupu yang diburu dan dijadikan sebagai hiasan dinding dan lain-lain. Tidak mustahil hal itu

terjadi mengingat eksploitasi yang tidak terbandung. Selain itu terjadinya perubahan alam dan berkurangnya vegetasi berupa sumber pakan mengakibatkan migrasi kupu-kupu mencari daerah baru semakin tak terhindarkan.

Taman wisata alam Bantimurung merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang cukup potensial, karena di samping memiliki sejumlah objek wisata yang menarik, dan letaknya yang strategis. Kedudukannya ini telah menciptakan daya tarik bagi pengunjung baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Diharapkan melalui pengembangan objek-objek wisata yang ada dapat lebih mendorong peningkatan jumlah pengunjung di tahun-tahun mendatang.

Dalam teori permintaan selalu mencerminkan tentang ciri hubungan diantara jumlah permintaan dan harga dari suatu jenis barang. Untuk mengetahui ciri hubungan diantara harga dan permintaan, maka hukum permintaan dapat menjelaskan yaitu makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan atas barang tersebut Sukirno, (2000).

Permintaan sesuatu barang dan jasa akan meningkat karena barang dan jasa tersebut mempunyai nilai guna (*utility*) walaupun harga daripada barang dan jasa relatif besar. Berdasarkan konsep ini, permintaan sesuatu barang bukan saja dipengaruhi oleh harga-harga barang-barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah

tangga, pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, jumlah penduduk dan ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang.

Sejalan dengan kebijaksanaan tersebut, untuk mengembangkan kepariwisataan di kawasan pelestarian alam yang berstatus Taman Wisata Alam, perlu adanya keterpaduan antara kepentingan pelestarian alam dan pariwisata. Keduanya saling berkaitan dan saling mengisi melalui peningkatan fungsi dan manfaat obyek wisata alam tersebut. Untuk itu sangat diperlukan penelitian lanjutan, yang diharapkan banyak mengkaji aspek permintaan. Hal ini akan sangat membantu Pemerintah Kabupaten Maros dalam memacu perkembangan kepariwisataan yang lebih dinamis di masa mendatang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh pendapatan rumah tangga, pendidikan kepala rumah tangga, biaya wisata, persepsi penilaian terhadap ketersediaan fasilitas wisata, dan status pekerjaan kepala rumah tangga terhadap permintaan wisata alam Bantimurung.

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan rumah tangga, pendidikan kepala rumah tangga, biaya wisata, persepsi penilaian terhadap ketersediaan fasilitas wisata, pekerjaan kepala rumah tangga terhadap permintaan wisata alam Bantimurung.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten Maros dalam rangka pengembangan obyek wisata khususnya obyek Wisata Alam Bantimurung.
2. Sebagai salah satu acuan dan bahan pembanding bagi penelitian berikutnya yang tertarik mengkaji aspek kepariwisataan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Konsep Permintaan**

Permintaan (*demand*) dalam ilmu ekonomi adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan atau kemampuan untuk membeli sesuatu barang. Nopirin (1999), menyebutkan bahwa permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah yang menunjukkan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Sehubungan dengan konsep permintaan tersebut di atas, maka teori permintaan konsumen mengasumsikan bahwa konsumen membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Beberapa formulasi permintaan konsumen digambarkan sebagai perbedaan antara barang dan jasa yang dibeli dalam pasar dan beberapa obyek pilihan sebagai komoditi. Untuk itu menurut Boediono (1982), bahwa adanya permintaan terhadap sesuatu barang dan jasa karena dibutuhkan oleh rumah tangga konsumen maupun rumah tangga produsen itu sendiri.

Salah satu gejala ekonomi yang sangat penting yang berhubungan dengan perilaku produsen maupun perilaku konsumen adalah masalah harga, karena harga merupakan ukuran nilai dari barang-barang dan jasa-jasa, dimana suatu barang mempengaruhi harga karena mempunyai dua sebab yaitu : 1) barang itu berguna, 2) barang itu jumlahnya terbatas, yang biasa disebut dengan barang-barang ekonomi.

Selanjutnya Suparmoko (1992), menyebutkan bahwa permintaan konsumen akan menentukan macam serta jumlah yang harus diperoleh, dengan biaya berapa dan dijual dengan harga berapa. Dan permintaan konsumen ini didukung oleh pendapatan konsumen yang sekaligus merupakan kendala atau batasan kemampuan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Permintaan sesuatu barang dan jasa akan meningkat karena barang dan jasa tersebut mempunyai nilai guna (*utility*) walaupun harga daripada barang dan jasa relatif besar. Berdasarkan konsep ini, permintaan sesuatu barang bukan saja dipengaruhi oleh harga-harga barang-barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga, pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, jumlah penduduk dan ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang.

Untuk itu dalam teori permintaan selalu mencerminkan tentang ciri hubungan diantara jumlah permintaan dan harga dari suatu jenis barang. Untuk mengetahui ciri hubungan diantara harga dan permintaan, maka hukum permintaan dapat menjelaskan yaitu makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan atas barang tersebut Sukirno, (2000).

Konsep lain permintaan menurut Said (1998), adalah jumlah barang atau jasa yang mampu dibeli oleh para pelanggan selama periode tertentu

berdasarkan sekelompok kondisi tertentu. Kerangka waktu tersebut dapat satu jam, satu hari, satu tahun, atau periode lainnya. Kondisi-kondisi yang harus dipertimbangkan mencakup barang yang bersangkutan, harga dan persediaan barang yang berkaitan, perkiraan akan perubahan harga, pendapatan konsumen, selera dan preferensi konsumen, pengeluaran periklanan dan sebagainya. Jumlah produk yang siap dibeli oleh para konsumen yaitu permintaan produk tersebut bergantung pada semua faktor ini.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut di atas, adalah sangat sulit untuk secara sekaligus menganalisisnya terhadap permintaan suatu barang, oleh sebab itu didalam membicarakan mengenai teori permintaan, ahli ekonomi membuat suatu analisis yang lebih sederhana untuk menganalisa permintaan suatu barang dan harga barang tersebut harus diterapkan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan.

### **B. Permintaan Sumberdaya wisata**

Banyak pilihan rekreasi keluar rumah, setiap orang bisa memilih sesuai dengan selera masing-masing. Sumber daya rekreasi menjadi pilihan khusus bagi setiap pengunjung sehingga jenis permintaan terhadap sumber daya rekreasi bersifat khusus karena setiap obyek wisata mempunyai karakteristik yang berbeda dengan obyek-obyek wisata yang lain. Karakteristik obyek lokasi wisata tersebut menyebabkan

permintaan pilihan, hal ini sejalan dengan pendapat Howe (1979), yang mengatakan bahwa permintaan khusus diartikan sebagai suatu kesediaan membayar untuk pemeliharaan suatu pemanfaatan daerah yang tidak tentu penggunaannya oleh orang-orang yang menggunakannya.

Pendapat tersebut diperkuat oleh Reksohadiprodjo (1989), mengatakan bahwa lingkungan yang unik ada atau tidak ada substitusinya. Dari segi ekonomi permintaan terhadap barang-barang dan jasa lingkungan dan karakteristik sebagai permintaan pilihan atau khusus kesenangan (*option demand*). Untuk barang jasa dan lingkungan pada hakekatnya tidak ada substitusinya sehingga perlu untuk dilestarikan. Untuk tujuan ini, perlu adanya usaha pengelolaan tertentu agar kapasitas yang mendukung tidak terlampaui.

Rekreasi merupakan jenis dari pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki manfaat hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani Spillane (1991).

Sejalan dengan pendapat di atas, Sumarwoto (1989), mengatakan bahwa rekreasi tidak hanya berarti bersenang-senang melainkan harus diartikan sebagai rekreasi, yaitu secara harfiah diciptakan kembali. Jadi dengan rekreasi itu orang ingin menciptakan kembali atau memulihkan kekuatan dirinya, baik fisik maupun spritual. Setelah rekreasi orang akan merasa dirinya akan pulih untuk melakukan aktifitas kembali.

Oleh karena itu permintaan sumber daya rekreasi dapat dikatakan sebagai permintaan perihal jasa sumber daya lingkungan yang khusus untuk sarana menghilangkan kelelahan atau memulihkan kesegaran jasmani dan rohani.

### **C. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran wisata**

Perkembangan pariwisata sangat bergantung pada bagaimana aspek permintaan dan penawaran berinteraksi dalam meraup sebesar mungkin jumlah kunjungan wisatawan. Berpijak pada karakter potensi sumber daya wisata serta kondisi dan *setting* kawasan maka pengembangan tipe obyek untuk wisata alam bantimurung adalah tipe atraksi wisata minat khusus atau *special interest tourism* yang meliputi wisata alam (*Ecotourism*), dan wisata petualang (*Adventure Tourism*).

Pengaruh harga terhadap permintaan mungkin hanya berlaku bagi barang-barang kebutuhan manusia pada umumnya, tetapi terhadap produk industri pariwisata agak berbeda dan mungkin juga berlainan sama sekali. Menurut Yoeti (2003), banyak faktor yang dapat mempengaruhi orang untuk melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu, faktor-faktor itu antara lain adalah :

#### a. Disposable Personal Income

Yang dimaksud dengan *disposable personal income* adalah jumlah pendapatan seseorang setelah dikurangi kewajiban pajak atau kewajiban lainnya yang harus dibayar, baik kepada pemerintah maupun kepada

pihak lain. Jadi pendapatan itu, benar-benar dibelanjakan karena semua kewajibannya sudah dibayar lunas.

b. Leisure Time

Tersedianya waktu senggang (*leisure time*) juga akan mempengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata atau usaha perjalanan wisata. Banyak orang sangat terikat dengan pekerjaannya dan waktu senggang bagi mereka yang bekerja tetap diperoleh dari cuti tahunan (dua minggu) atau cuti panjang (tiga bulan) walau tersedia banyak uang, kalau waktu senggang tidak ada, maka perjalanan wisata terpaksa ditunda dulu.

c. Technology

Kemajuan teknologi akan banyak mempengaruhi orang untuk melakukan perjalanan wisata. Akibat kemajuan teknologi penerbangan, jarak suatu tempuh suatu negara dengan negara lain semakin pendek waktunya dan kapasitas menjadi lebih besar

d. Size Of Family

Besar atau kecilnya jumlah keluarga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin kecil jumlah keluarga, maka semakin besar kemungkinan keluarga itu melakukan perjalanan.

e. Security

Faktor keamanan sangat menentukan keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata. Pariwisata itu perjalanan bersenang-senang (*Travel for Pleasure*), bukan untuk mencari bahaya atau kesusahan, itulah sebabnya mengapa wisatawan mancanegara berkurang untuk berkunjung

ke Indonesia walau nilai tukar US \$ sangat menguntungkan bagi wisatawan mancanegara, mereka lebih suka memilih keselamatan jiwanya.

f. Accessibility

Faktor jarak dari negara asal wisatawan (*Tourist Generating countries*) dan daerah tujuan wisata (*Tourist Receiving countries*) juga mempengaruhi orang untuk melakukan perjalanan wisata, bisa dilihat bahwa saat ini wisatawan singapura lebih banyak berkunjung ke Indonesia daripada wisatawan mancanegara lainnya sebab jarak singapura dan Indonesia relatif dekat dan mudah dikunjungi.

Permintaan terhadap obyek wisata sangat dipengaruhi pula oleh tingkat pendapatan. Makin tinggi pendapatan seseorang maka makin besar permintaan terhadap obyek wisata karena ia mempunyai cukup uang untuk membiayai perjalanan wisata, dimana orang hanya akan mengadakan perjalanan wisata apabila kebutuhan hidup minimumnya telah terpenuhi, akan tetapi kebutuhan hidup minimum itu cenderung naik bersama-sama dengan kenaikan penghasilan sehingga tidak seluruh tambahan penghasilan digunakan untuk perjalanan wisata tetapi terlebih dahulu harus dikurangi dengan biaya untuk menaikkan batas kehidupan minimum sehingga disebut sebagai "gejala substitusi" Soekadijo (1996).

Hasil penelitian Darusman (1991), mengemukakan bahwa jumlah kunjungan rekreasi masyarakat ke obyek wisata dipengaruhi oleh biaya perjalanan yang terdiri dari biaya transportasi, akomodasi, dan biaya

karcis masuk atau pungutan lainnya. Makin besar biaya perjalanan maka makin rendah kunjungan dari masyarakat tersebut.

Pendapat Gregory (1990), mengatakan bahwa rekreasi dipengaruhi oleh faktor-faktor yang meliputi populasi, pendapatan, waktu luang, dan kesempatan untuk memilih tempat rekreasi.

Permintaan pada suatu perjalanan rekreasi dikatakan Culpon (1989), bahwa permintaan rekreasi dipengaruhi oleh faktor-faktor kenaikan pendapatan disposibel, daya tarik khusus, waktu luang, peningkatan mobilitas, tingginya tingkat pendapatan, kedekatan budaya dan fisik lokasi rekreasi, atraksi rekreasi, pengaruh promosi, tingkat mata uang yang baik dan stabilitas keamanan negara. Berkaitan dengan permintaan yaitu adanya akomodasi ( tempat istirahat hotel, losmen, motel, dan penginapan), sektor lain seperti (makanan, minuman, souvenir, pelayanan yang baik, rokok, photo, baju dan kapal laut).

Hampir semua wisata terbuka merupakan paket deal yaitu yang meliputi faktor antisipasi rekreasi, perjalanan ke lokasi rekreasi, perjalanan pulang dan terakhir merupakan kesan atau kenangan suatu perjalanan rekreasi.

Menurut pendapat Kreck dalam Yoety (1993), membagi prasarana atas dua bagian yaitu :

1. Prasarana perekonomian yang meliputi :
  - a. Pengangkutan
  - b. Prasarana komunikasi

c. kelompok yang termasuk "utilitas" (penerangan listrik, air minum, sistem irigasi dan sumber energi

d. Sistem perbankan.

2. Prasarana sosial yaitu yang meliputi :

a. Sistem pendidikan

b. Pelayanan kesehatan

c. Faktor keamanan

d. Petugas yang langsung melayani wisatawan.

Pendapat Clawson dan Knetsch dalam Maynard (1992), permintaan akan diadakannya perjalanan wisata (rekreasi) dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jadi biaya perjalanan ini menyangkut biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk kegiatan rekreasi. Biaya perjalanan meliputi biaya konsumsi, biaya transportasi, biaya dokumentasi, dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan pengunjung untuk satu hari.

Makin jauh tempat tinggal seseorang yang datang berkunjung ketempat wisata tersebut, makin kurang harapan pemanfaatan atau permintaan akan obyek wisata tersebut. Pengunjung yang bertempat tinggal dekat dengan tempat rekreasi, diharapkan permintaan akan obyek wisata tersebut semakin tinggi karena harga tersirat yang diukur dari biaya perjalanan, lebih rendah dibanding wisatawan yang bertempat tinggal jauh dari lokasi wisata tersebut, dan dalam kaitannya dengan surplus konsumen, wisatawan yang berasal dari tempat jauh dengan biaya perjalanan yang paling mahal/ tinggi dianggap memiliki surplus konsumen

paling rendah (tidak sama sekali) dibanding wisatawan yang bertempat tinggal lebih dekat dan biaya perjalanannya rendah Maynard (1992).

Berkaitan dengan studi tentang aspek permintaan pariwisata, kebanyakan ahli mengidentifikasi bahwa faktor ekonomi mempengaruhi permintaan kegiatan pariwisata mengarahkan analisisnya pada bagaimana cara memperkirakan permintaan Quandt (1970).

Berdasarkan beberapa studi literatur tentang permintaan pariwisata, maka secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah ekonomi, sosial, dan teknologi. Lebih lengkapnya faktor-faktor tersebut meliputi :

1. Pendapatan perkapita, tingginya daya beli dan meningkatnya pendapatan disposibel akan mengakibatkan orang-orang mampu menjangkau bentuk-bentuk rekreasi yang mahal, termasuk juga pariwisata dengan menjangkau jarak yang jauh dari tempat tinggalnya.
2. Dorongan untuk melakukan perjalanan akibat adanya tekanan sehari-hari dari kehidupan perkotaan dalam rangka mencari perubahan situasi dan lingkungan.
3. Meningkatnya mobilitas akibat kemajuan teknologi transportasi dan komunikasi khususnya kendaraan bermotor dan pesawat udara, membuat perjalanan menjadi semakin menyenangkan. Ini berarti daerah tujuan wisata akan menjadi

lebih mudah dijangkau oleh sejumlah besar orang yang melakukan perjalanan.

4. Tingkat pendidikan yang semakin tinggi, dan keadaan ini menyebabkan meningkatnya orang-orang untuk mengetahui sesuatu yang lebih baik berupa benda mati atau benda hidup dilokasi yang berbeda dengan kehidupan sehari-hari.

#### **D. Wisatawan, Obyek dan Daya Tarik Wisata**

Wisatawan adalah semua orang yang memenuhi syarat yaitu pertama, bahwa mereka meninggalkan rumah kediaman mereka untuk jangka waktu satu tahun dan kedua, bahwa untuk sementara mereka bepergian dan mengeluarkan uang ditempat yang mereka kunjungi tanpa dengan maksud mencari nafkah ditempat tersebut, Musenaf (1996).

Seorang wisatawan adalah orang yang memasuki negeri asing dengan maksud tujuan apapun bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha yang melintas perbatasan dan yang mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjungi, yang mana uang yang diperolehnya bukan pada negeri tersebut melainkan di negeri lain, Suwanto (2001)

Obyek dan daya tarik wisata menurut Musenaf (1996), berupa alam, budaya, tata hidup, dan sebagainya yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi dan menjadi sasaran bagi wisatawan dapat disebut sebagai obyek wisata. Daya tarik wisata yang juga disebut sebagai obyek wisata

merupakan potensi yang mendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

Menurut Knudson (1980), umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasar pada :

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah , nyaman, dan bersih
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
3. Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka
4. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
5. Obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya.
6. Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena mempunyai nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.
7. Adanya cinderamata yang bisa dibawa pulang sebagai tanda mereka pernah berkunjung ketempat wisata tersebut.

Pariwisata merupakan suatu fenomena multidimensional, menumbuhkan citra petualang, romantik, dan tempat-tempat eksotik, dan juga meliputi realita kehidupan seperti bisnis, kesehatan dan lain-lain.

Kata pariwisata sering menonjolkan bidang perjalanan dan juga pertumbuhan meningkat dari orang-orang yang melakukan perjalanan yang biasanya disebut turis/wisatawan. Pariwisata sendiri meliputi hal-hal yang lebih dari satu segmen sehingga pariwisata memiliki arti berbeda-beda bagi orang yang berbeda pula.

Definisi pariwisata sendiri menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 pasal 1 (5) tentang kepariwisataan, yakni: usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lainnya yang terkait dibidang tersebut.

Menurut Soekadijo (1996), pariwisata adalah suatu gejala sosial yang sangat kompleks menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai aspek sosiologis, psikologis, ekonomis, ekologis dan sebagainya.

Lebih lanjut dikatakan bahwa seseorang yang melakukan perjalanan wisata, harus melakukan biaya dimana biaya tersebut merupakan penghasilan bagi orang yang menyediakan angkutan, menyediakan bermacam-macam jasa atraksi, dan lain-lainnya. Keuntungan ekonomis untuk daerah yang dikunjungi wisatawan merupakan tujuan pembangunan pariwisata.

Dalam hubungan dengan aspek ekonomis dari pariwisata, orang telah mengembangkan konsep "industri pariwisata". Menurut Kusudianto (1996), industri pariwisata adalah merupakan suatu susunan organisasi,

baik pemerintah maupun swasta yang terkait dalam pengembangan produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang bepergian (pelancong/musafir).

Kalau ada industri tentu ada produk tertentu, produk tersebut tak lain adalah produk kepariwisataan. Ada konsumen, ada permintaan (demand) dan tentu saja ada penawaran (*supply*). Produsen yang menghasilkan produk untuk memenuhi permintaan konsumen yang tak lain adalah wisatawan, dimana wisatawanlah yang mempunyai kebutuhan dan permintaan-permintaan yang harus dipenuhi, untuk itu wisatawan mengeluarkan uang, Soekadijo (1996).

Seorang wisatawan dapat memperoleh kepuasan disuatu obyek wisata apabila ia memperoleh atau menikmati keindahan dengan baik, karena obyek wisata tersebut bersih dari kotoran, aman dari segala gangguan, segala sesuatunya diatur secara tertib, masyarakat sekitar penuh dengan keramahan, dan menyajikan hal-hal yang menyenangkan bagi para wisatawan.

Permintaan terhadap obyek lokasi rekreasi sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan. Makin tinggi pendapatan seseorang maka makin besar permintaan terhadap barang rekreasi.

Penilaian suatu tempat atau lokasi rekreasi secara ekonomi karena adanya biaya yang dikeluarkan lebih besar untuk kunjungan wisata daripada harga karcis masuk. Hal tersebut tidak mencerminkan adanya

biaya yang dikorbankan untuk memperoleh suatu paket kenangan dari hasil kunjungannya di obyek lokasi tersebut, Gregory (1990).

Pendekatan biaya perjalanan menurut Dixon Huufschmidt (1991) mengatakan bahwa modal dasar yang dipakai dalam pendekatan ini menggambarkan derajat kunjungan tiap 1000 penduduk sebagai fungsi faktor seperti biaya perjalanan, tempat pengganti dan pendapatan rata-rata.

Metode biaya perjalanan berkaitan dengan luasnya penggunaan untuk mengestimasi manfaat terhadap perubahan fasilitas lingkungan rekreasi, seperti taman, danau, dan lain-lain. Metode ini menegaskan penilaian jumlah uang dan waktu yang dimanfaatkan ditempat rekreasi untuk meramalkan kesediaan membayar pada fasilitas tempat rekreasi. Biaya sesungguhnya suatu kunjungan didasarkan pada harga karcis ditambah biaya suatu nilai moneter ditambah pendapatan yang hilang untuk memperoleh manfaat rekreasi, Pearce dan Markandya (1989).

Kesimpulan bahwa biaya perjalanan digunakan sebagai alat penilaian manfaat rekreasi yaitu pada jarak tempat tinggal terhadap pemakai rekreasi. Data ini menandai untuk karakteristik lokasi dan mudah dijangkau oleh pemakai.

### **E. Komponen-komponen Pariwisata**

Permintaan lain dari konsumen wisata yang harus dipenuhi terletak dibidang jasa, yang berupa kegiatan-kegiatan dan fasilitas-fasilitas untuk

memenuhi kebutuhan hidup wisata selama ia dalam perjalanan, misalnya berupa fasilitas hotel, restoran, pramuwisata dan sebagainya.

Pengertian pariwisata lebih luas menyangkut persoalan-persoalan mobilitas pergerakan manusia dari suatu tempat ketempat lain dengan tujuan memperoleh nilai kegunaan bagi pemanfaatan jasa wisata. Dan bagi yang memanfaatkannya menerima suatu nilai berupa pendapatan dari jasa pariwisata tersebut. Oleh karena itu pariwisata mengandung nilai ekonomi yang tinggi bagi pemanfaatan jasa tersebut sebagai komoditas ekonomi. Setiap perjalanan untuk pariwisata adalah peralihan tempat untuk sementara waktu dan mereka mengadakan perjalanan tersebut untuk memperoleh layanan dari lembaga-lembaga atau perusahaan yang bergerak dalam bidang kepariwisataan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pariwisata itu terdapat faktor-faktor yang penting yaitu :

1. perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu.
2. perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ketempat yang lain.
3. perjalanan itu walaupun apa bentuknya selalu dikaitkan dengan bertamasya atau rekreasi.
4. orang yang melakuakn perjalanan tersebut tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi dan semata-mata hanya sebagai konsumen ditempat tersebut.

Dalam hubungan dengan pengembangan suatu daerah untuk menjadi tujuan wisata agar ia dapat menarik untuk dikunjungi oleh

wisatawan, maka daerah tersebut harus memenuhi paling sedikit tiga syarat menurut Oka A. Yoeti (1993) yaitu :

- a. *Something to see*, artinya ditempat tersebut harus ada obyek wisata atau atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain, artinya bahwa ada daya tarik khusus agar dapat dijadikan *entertainments*.
- b. *Something to do*, artinya ditempat tersebut selain ada yang dapat dilihat dan disaksikan harus pula disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah.
- c. *Something to buy*, artinya ditempat tersebut harus tersedia harus tersedia fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai kenang-kenangan untuk dibawa pulang, selain sarana lain seperti *money changer*, bank, kantor pos, telepon dan lain-lain.

Pariwisata dikatakan sebagai suatu industri atau membentuk industri yang mana produknya baik barang-barang maupun jasa-jasa digunakan untuk memenuhi permintaan wisatawan. Barang dan jasa yang diperhitungkan dalam industri pariwisata berasal dari berbagai sektor yang sebagian atau seluruhnya dikonsumsi oleh wisatawan antara lain akomodasi, agen perjalanan, restoran, pramuwisata dan souvenir. Produk wisata ini merupakan rangkaian barang dan jasa yang saling terkait membentuk suatu industri pariwisata. Pengembangan pariwisata ini tidak

dapat berdiri sendiri dan manfaat maksimal hanya dapat dicapai bila pertumbuhannya selaras dengan usaha pengembangan sektor-sektor lain.

Adapun perubahan pada jangka panjang dalam struktur permintaan yang mendorong perluasan dari sektor-sektor jasa dalam perekonomian, khususnya jasa-jasa pariwisata. Semakin tinggi tingkat pendapatan nyata dan semakin banyak waktu yang tersedia untuk liburan, maka semakin besar permintaan akan rekreasi dan liburan dan manfaat lain dari pariwisata.

Pariwisata mempunyai elastisitas pendapatan yang positif, yaitu permintaan naik secara proporsional lebih besar daripada kenaikan tingkat pendapatan. Hal ini sesuai dengan status pariwisata sebagai barang atau jasa mewah. Pariwisata berkaitan dengan keinginan dan harapan akan gaya hidup yang semakin lama semakin tinggi, juga terhadap hubungan kuat antara dan jenis hiburan. Jenis liburan yang dipilih sangat dipengaruhi oleh jabatan dan tingkat pendapatan. Kemampuan menikmati jasa-jasa pariwisata merupakan unsur penting dalam kemampuan untuk menikmati kualitas hidup yang tinggi dan kesejahteraan sosial yang tinggi.

Secara rinci dapat digambarkan jasa-jasa yang merupakan industri pariwisata yang dibutuhkan wisatawan adalah :

1. Jasa-jasa biro perjalanan
2. Jasa-jasa akomodasi perhotelan

3. Jasa-jasa yang diberikan oleh obyek-obyek wisata, berupa atraksi dan entertainment ditempat yang dikunjungi
4. Jasa-jasa souvenir dan lain-lain.

Permintaan wisata sebagai konsumen dalam industri pariwisata sehingga mereka mengadakan perjalanan didorong karena adanya motif wisata. Motif wisata menuntut adanya atraksi wisata yang komplementer dengan motif itu, jadi atraksi wisata tersebut itu termasuk yang diminta oleh wisatawan. Atraksi adalah penggerak pariwisata tanpa atraksi wisata, tidak ada pariwisata, tidak diperlukan transportasi, tidak diperlukan akomodasi dan pelayanan jasa pendukung wisata, Kusudianto (1996).

Permintaan akan adanya atraksi wisata harus dipenuhi oleh hal-hal atau tindakan-tindakan yang menarik seperti obyek-obyek tertentu (obyek wisata), misalnya museum, keraton, candi, pertunjukan-pertunjukan kesenian, hiburan, fasilitas olahraga, cendera mata dan sebagainya.

Adanya atraksi wisata dan jasa wisata belum menampilkan pariwisata secara utuh, karena pariwisata masih memerlukan transferabilitas, yang berarti bahwa wisatawan memerlukan kondisi dan sarana untuk bergerak dari tempat kediamannya ke tempat tujuan wisata. Semua kebutuhan wisatawan dibidang ini disebut kebutuhan akan transportasi. Kebutuhan ini harus dipenuhi dengan menyediakan sarana transportasi seperti kendaraan bermotor, kereta api, pesawat udara, perusahaan perjalanan dan sebagainya, Soekadijo (1996).

Ketiga macam komponen itu yaitu atraksi, dibidang jasa dan transportasi wisata, merupakan komponen dari produk kepariwisataan yang utuh. Artinya wisatawan tidak dapat mengeluarkan uang hanya untuk atraksi wisata atau untuk transpor saja. Dengan hanya membeli salah satu atau dua komponen produk saja perjalanan wisata tidak mungkin terjadi kalau orang hanya mengeluarkan uang untuk atraksi wisata, atau transpor wisata atau pelayanan wisata. Ketiga macam produk itu harus dibeli oleh konsumen wisatawan bersama-sama dalam pelaksanaan perjalanannya.

Promosi juga merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang dikenal sebagai unsur bauran pemasaran (marketing mix). Promosi diperlukan untuk meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dan dilain pihak sangat menentukan kesuksesan perusahaan dalam menghadapi para pesaing.

Disamping itu kegiatan promosi juga sebagai sarana komunikasi antara konsumen dan produsen yang dilaksanakan untuk memperkenalkan produk, baik barang maupun jasa yang ditawarkan atau dihasilkan perusahaan. Promosi juga sebagai arus informasi dan selanjutnya memberi arah seseorang atau organisasai kepada tindakan pertukaran atau pembeli.

Dari batasan tersebut maka dapat dikemukakan bahwa promosi itu menitikberatkan pada usaha untuk mendorong permintaan dimana dengan melakukan promosi perusahaan berusaha untuk mempengaruhi konsumen sebagai calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan

atau promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan para konsumen untuk mempengaruhi atau membujuk sehingga akan mendorong permintaan yang pada akhirnya akan meningkatkan omzet penjualan.

### **F. Hasil Penelitian Sebelumnya**

Ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu :

- **Firdaus** (2003), dengan judul Analisis Permintaan Wisatawan Asing Atas Jasa Perhotelan di Propinsi Sulawesi Selatan, bahwa:  
Jumlah kunjungan wisatawan asing dari Asia dengan jumlah wisatawan asing dari non Asia yang tujuannya berlibur berpengaruh positif terhadap permintaan hotel, demikian pula halnya dengan jumlah kunjungan wisatawan asing yang tujuannya berbisnis juga berpengaruh positif terhadap permintaan hotel di Sulawesi Selatan.
- **Nurlaila Syarfiah Asfo** (2004), dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Bahari dan Pendapatan Pekerja Sektor Informal di Kota Makassar, bahwa:  
Pekerjaan dan pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan wisata bahari, demikian pula halnya dengan jumlah tenaga kerja. Sedangkan jumlah pengunjung yang membeli,

modal usaha, jenis usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan sektor informal.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Kebutuhan manusia meliputi kebutuhan barang dan jasa dimana kebutuhan manusia akan jasa dipenuhi setelah kebutuhan barang terpenuhi. Oleh karena itu manusia dapat melakukan perjalanan wisata jika ada sisa uang (tabungan) dari pendapatan yang telah dibelanjakan untuk kebutuhan atau dengan cara mengorbankan biaya tertentu untuk memperoleh suatu paket kenangan dari hasil kunjungannya.

Jasa rekreasi bisa dipenuhi dengan mengorbankan kebutuhan yang lain dengan biaya yang terkait dengan kunjungan rekreasi. Biaya yang dikeluarkan mencerminkan kesediaan membayar para pengunjung rekreasi dan biaya yang dikeluarkan juga merupakan nilai pasar obyek rekreasi.

Seiring dengan kebutuhan manusia terhadap jasa lingkungan yakni obyek-obyek wisata khususnya Taman Wisata Alam Bantimurung, Pemerintah Kabupaten Maros mulai melakukan kebijakan untuk pengembangan obyek-obyek wisata alam tersebut.

Menurut teori permintaan, jumlah barang atau jasa tertentu yang diminta oleh konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen terhadap pilihan alternatif dari berbagai preferensi yang menguntungkan. Sedangkan berfungsinya permintaan pada waktu tertentu ditujukan oleh hubungan antara permintaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dalam konsep pembahasan ini, variabel-variabel yang dianggap berpengaruh terhadap permintaan pengunjung taman wisata alam Bantimurung adalah:

a. Pendapatan Rumah Tangga

Pendapatan rumah tangga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan akan perjalanan wisata dimana pendapatan rumah tangga merupakan rata-rata penghasilan seluruh anggota keluarga yang bekerja selama sebulan penuh dan pendapatan tersebut dibelanjakan untuk keperluan konsumsi maupun kebutuhan lainnya, sehingga perjalanan wisata dapat dilakukan bilamana kebutuhan pokok telah terpenuhi. Sesuai pendapat Soekadijo (1996), bahwa tambahan penghasilan tidak sepenuhnya digunakan untuk perjalanan wisata tetapi terlebih dahulu harus dikurangi dengan biaya untuk memenuhi kebutuhan minimum.

b. Pendidikan Kepala Rumah Tangga

Lama pendidikan seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan seseorang sehingga mempengaruhi pula cara berpikir, cara pandang serta persepsi seseorang terhadap suatu masalah. Pendidikan menjadikan seseorang lebih kreatif dan kritis sehingga cenderung ingin mengetahui suasana atau keadaan disuatu obyek wisata. Namun pilihan terhadap suatu obyek wisata tertentu tergantung selera pengunjung. Sesuai dengan pendapat

Sumarwan (2003), bahwa pendidikan yang berbeda akan menyebabkan selera konsumen berbeda pula.

c. Biaya Wisata

Selanjutnya, biaya wisata diperkirakan akan mempengaruhi permintaan akan perjalanan wisata karena seseorang atau rumah tangga yang melakukan perjalanan wisata cenderung mengeluarkan biaya untuk keperluan konsumsi, penginapan, dokumentasi, transportasi dan sebagainya sehingga anggaran untuk biaya wisata telah dipersiapkan pada saat melakukan kunjungan wisata bersama keluarga. Hal ini sesuai dengan pendapat Darusman (1991), bahwa biaya wisata mempengaruhi permintaan akan perjalanan wisata dan biaya wisata ini merupakan proxi harga, dimana harga dalam hal ini tiket masuk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan.

d. Persepsi Penilaian Terhadap Ketersediaan fasilitas Wisata

Wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata, tidak hanya datang lalu pergi begitu saja tetapi, mereka juga ingin menikmati dan menggunakan fasilitas yang tersedia di lokasi wisata tersebut. Ketersediaan fasilitas wisata meliputi; lokasi yang strategis, transportasi lancar, pelayanan yang baik, tersedia penjual makanan dan minuman, tersedia penginapan, toilet/wc umum, tersedia air, listrik, telepon dan lain-lain. Semakin lengkap fasilitas di lokasi wisata tersebut maka akan meningkatkan permintaan

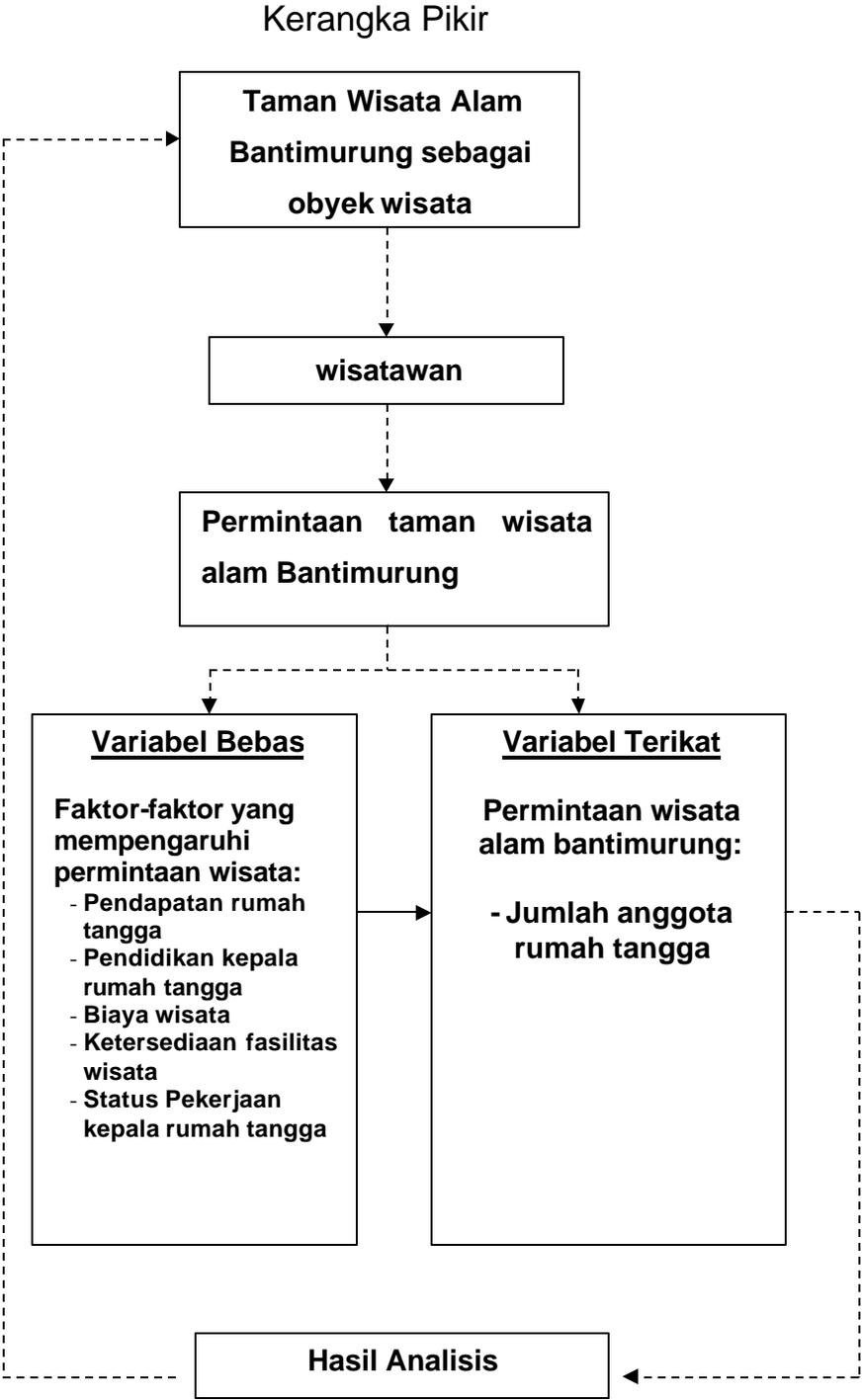
pengunjung untuk berwisata karena mereka ingin merasakan kepuasan dan mengharapkan kesan dari hasil kunjungan tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Yoeti (1993), bahwa permintaan akan wisata dipengaruhi pula oleh adanya akomodasi (penginapan) dan sektor lain seperti makanan, minuman, souvenir, pelayanan yang baik, rokok, photo, baju, dan kapal laut. Juga pendapat Culpon (1972), bahwa faktor lokasi dan stabilitas keamanan negara merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan wisata.

e. Status Pekerjaan Kepala Rumah Tangga

Pekerjaan diprediksi berpengaruh terhadap permintaan wisata karena menyangkut waktu luang seseorang dan dengan waktu luang, seseorang dapat melakukan perjalanan wisata bersama keluarganya, sebab banyak orang yang terikat dengan pekerjaannya dan waktu luang bagi mereka yang bekerja tetap hanya diperoleh pada saat cuti tahunan sedangkan untuk pekerja tidak tetap (informal) yang memiliki waktu luang kemungkinan besar akan melakukan perjalanan wisata. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Yoeti (2003), bahwa tersedianya waktu luang (*leisure time*) juga akan mempengaruhi permintaan wisata.

Dari uraian tersebut di atas maka dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut

Gambar .1



Keterangan :  
——> Hubungan Fungsional  
- - -> Hubungan Hirarki

### **G. Hipotesis**

Berdasarkan pada masalah penelitian, dan kajian teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Pendapatan rumah tangga berpengaruh positif terhadap permintaan taman wisata alam Bantimurung.
2. Pendidikan dan biaya wisata berpengaruh negatif terhadap permintaan wisata alam Bantimurung.
3. Terjadi perbedaan permintaan berwisata antara kepala rumah tangga yang memiliki pekerjaan tetap lebih tinggi daripada yang tidak memiliki pekerjaan tetap dan terjadi perbedaan permintaan berwisata antara rumah tangga yang mempunyai persepsi ketersediaan fasilitas cukup memadai lebih tinggi daripada yang lainnya.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di kawasan konservasi Taman Wisata Alam Bantimurung Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.

Waktu penelitian  $\pm$  1 (satu) bulan yaitu pada bulan Mei 2006.

##### **B. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dilokasi dan data ini merupakan hasil dari jawaban kuesioner dan hasil wawancara langsung dengan responden
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari Kantor Dinas Pariwisata yang terkait, seperti data yang menyangkut dengan Pendapatan Asli Daerah dan jumlah pengunjung pada obyek wisata alam Bantimurung.

##### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata alam Bantimurung yang terpilih dengan kriteria kepala rumah tangga yang berkunjung bersama anggota keluarga.

Penarikan sampel dilakukan secara Aksidental Sugiyono (1990), di lokasi wisata alam Bantimurung, karena tidak jelasnya jumlah populasi

yang berkunjung maka, diambil sampel yang representatif atau yang cukup layak untuk dijadikan responden dengan kriteria yang telah ditentukan dan dalam melakukan penarikan sampel diperoleh 20 orang berdasarkan pendapatan rumah tangga selama sebulan, sehingga diperoleh 90 sampel yang dianggap cukup mewakili (representatif) di lokasi rekreasi tersebut.

Adapun jumlah sampel wisatawan yang akan ditarik dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

Frekuensi kunjungan wisatawan	Jumlah sampel wisatawan	
	Responden	%
<b>Minggu I</b>	20	22,22
<b>Minggu II</b>	20	22,22
<b>Minggu III</b>	20	22,22
<b>Minggu IV</b>	20	22,22
<b>Lainnya</b>	10	11,12
<b>Total</b>	90	100

Sumber : Data primer yang diolah 2006

#### **D. Teknik Analisis Data**

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pendapatan rumah tangga, pendidikan kepala rumah tangga, biaya wisata, persepsi penilaian terhadap ketersediaan fasilitas wisata, pekerjaan kepala rumah tangga terhadap permintaan wisata alam Bantimurung digunakan alat analisis statistik regresi berganda dengan formulasi sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_{41} + \beta_5 X_{51} + \mu$$

Dan untuk mengestimasi koefisien regresi maka perlu dilinearkan dengan menggunakan logaritma natural (ln) ke dalam model sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\ln Y = \ln \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 X_{41} + \beta_5 X_{51} + \mu$$

Dimana :

$Y$  = Jumlah anggota rumah tangga (rombongan keluarga) yang berkunjung ke obyek wisata Bantimurung pada saat survei dilakukan

$X_1$  = Pendapatan rumah tangga per bulan (rupiah)

$X_2$  = Tingkat pendidikan kepala rumah tangga diukur dengan lama menempuh pendidikan formal (tahun)

$X_3$  = Total biaya wisata dalam rombongan (rupiah)

$X_4$  = Ketersediaan fasilitas wisata (2 indikator, yakni fasilitas cukup memadai ( $X_{41}$ ) = 1 dan tidak memadai ( $X_{42}$ ) = 0

$X_5$  = Status Pekerjaan kepala rumah tangga (Dummy; penghasilan tetap ( $X_{51}$ ) = 1, penghasilan tidak tetap ( $X_{52}$ ) = 0

$\beta_0$  = intercept

$\beta_1, \dots, \beta_5$  = Parameter

$\mu$  = Error term

### **E. Definisi Operasional**

Untuk menyamakan dan menyatukan persepsi, maka dikemukakan definisi operasional sebagai berikut :

1. Permintaan wisata adalah banyaknya anggota rumah tangga yang berkunjung ke obyek wisata dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam dan fasilitas yang ada sehingga dapat memperoleh suatu kepuasan tersendiri.
2. Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan wisata bersama keluarga dengan tujuan untuk bersenang-senang atau menyegarkan pikiran.
3. Pendapatan rumah tangga adalah rata-rata penghasilan seluruh anggota keluarga dalam jangka sebulan yang dinyatakan dalam rupiah.
4. Tingkat pendidikan kepala rumah tangga adalah jenjang pendidikan formal yang ditempuh oleh responden dan dihitung dalam lama menempuh pendidikan.
5. Status pekerjaan kepala rumah tangga adalah responden berdasarkan kerja formal atau informal, dimana kerja formal yang dimaksud adalah pegawai negeri dan pegawai swasta sedangkan kerja informal adalah pedagang atau usaha lainnya diluar struktur organisasi resmi.
6. Biaya wisata adalah biaya yang dikeluarkan selama dalam proses perjalanan wisata hingga ke tempat tujuan yakni, biaya konsumsi,

dokumentasi dan biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan pengunjung untuk satu hari.

7. Ketersediaan fasilitas wisata adalah sarana dan prasarana yang ada di obyek wisata seperti lokasi yang strategis, jalur transportasi lancar, pelayanan/servis yang memuaskan, terdapat penjual makanan/minuman, tersedia penginapan, toilet/wc umum, tersedia listrik, air, telepon, kualitas kebersihan serta keamanan yang terjamin.
8. Persepsi penilaian pengunjung pada obyek wisata adalah penilaian atas kondisi alam, sarana dan prasarana serta faktor pendukung obyek wisata tersebut.

## **BAB IV**

### **KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN**

#### **A. Letak Luas dan Batas Kawasan**

Taman Wisata Alam Bantimurung ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor. 237/237/KPTS/UM/3/1981 tanggal 30 maret 1981 dengan luas 18 Ha.

Secara administratif Pemerintah terletak di wilayah Kelurahan Kalabirang dan Desa Semangki Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Daerah Tingkat II Maros Propinsi Sulawesi Selatan dengan batas-batas kawasan sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : berbatasan dengan kawasan cagar alam Bantimurung
- b. Sebelah Timur : berbatasan dengan cagar alam Bantimurung
- c. Sebelah Selatan : berbatasan dengan pemukiman masyarakat Kelurahan Kalabirang dan Desa Semangki Kecamatan Bantimurung
- d. Sebelah Barat : berbatasan dengan perbukitan Alapolong.

#### **B. Aksesibilitas**

Kawasan Taman Wisata Alam Bantimurung dan sekitarnya menunjukkan pengaruh iklim terhadap kunjungan wisatawan pada kawasan Wisata Alam Bantimurung diperkirakan dapat terganggu pada musim hujan sekitar bulan Desember - Maret, sedangkan untuk kunjungan

wisatawan tidak berpengaruh oleh gangguan cuaca hujan dapat terjadi pada bulan April sampai dengan bulan Oktober.

Suhu udara rata-rata berkisar antara 22,5<sup>o</sup> - 27,1<sup>o</sup> dengan kelembaban berkisar antara 15% - 75%.

Jarak antara Ibukota Propinsi dengan obyek Wisata Alam Bantimurung sejauh 35 Km. Lama perjalanan bervariasi, apabila menggunakan kendaraan umum berkisar antara 90 menit sampai 120 menit, kendaraan umum cukup lancar, biaya transportasi relatif murah, karcis masuk murah untuk wisatawan nusantara dewasa Rp. 5000 dan anak-anak Rp.3500.

### **C. Potensi Wisata Alam Bantimurung**

#### **1. Flora**

Jenis tumbuhan yang ada pada Taman Wisata Alam Bantimurung meliputi mangga (*Mangifera Indica*), Jati (*Tectona Grandis*), Akasia (*Acacia*), Caringin (*Ficus Benyamina*), Jambu (*Engenis Sp*), Jarak (*Ricinus Comunis L*), Kapuk Hitam (*Gossampinus Malabarica als*), Waru (*Mibiscustileaceus*), Ketapang (*Terminalia Catappa*), Jambu Hutan (*Mytaceae*) dan lain-lain.

#### **2. Fauna**

Jenis Fauna yang terdapat di taman Wisata Alam Bantimurung meliputi Kera Hutan (*Macaca Maurus*), Babi Hutan (*Sus Vittatus*), Burung Walet (*Collocalia Vulnorum*), Betet (*Psitiacula Alexandri*), Biawak

(*Varanur Salvato*), dan berbagai macam jenis kupu-kupu yang diantaranya termasuk langka di dunia.

### **3. Pengembangan Wisata Alam Bantimurung yang Berwawasan Lingkungan.**

Pengembangan pariwisata memiliki masalah ekologi yang khusus. Sumber daya lingkungan yang dieksploitasi harus mempunyai daya tarik dan keindahan yang menonjol agar menarik banyak pengunjung. Mengingat bahwa kemudian sumber daya ini dapat rusak karena gangguan pengunjung maka perlu adanya penjagaan yang baik agar kualitas lingkungan tetap terpelihara dengan baik dan tetap menarik.

Karena itu perlu adanya perhatian terhadap sifat khas ekologi suatu daerah wisata untuk mendapatkan nilai yang tepat agar pemilihan dan perencanaan serta penggunaan sumber daya untuk pariwisata tidak menimbulkan kerugian dikemudian hari.

Kegiatan pariwisata alam selain memberikan dampak positif juga dapat membawa dampak negatif terhadap lingkungan, baik terhadap lingkungan obyek wisata alam maupun terhadap lingkungan sosial budaya setempat. Dampak negatif terhadap alam umumnya terjadi sebagai akibat perencanaan pengelolaan objek wisata alam yang kurang baik misalnya perencanaan pengembangan kegiatan wisata yang tidak memperhatikan daya dukung lingkungan dan kurangnya pengetahuan, kesadaran dan pendidikan. (Soemarwoto, 1997).

Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 1994 tentang pengusahaan pariwisata alam menyebutkan bahwa Pengusahaan Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam sebagai objek wisata dan daya tarik wisata alam memberikan dampak positif dalam menciptakan perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, peningkatan kesejahteraan kerja dan kesempatan berusaha, peningkatan kesejahteraan masyarakat, peningkatan pendapatan negara dan pemasukan devisa. Disamping itu pariwisata alam yang meningkatkan rasa cinta tanah air dan budaya bangsa, pemerataan pembangunan dan pengembangan wilayah serta meningkatkan ketahanan nasional (Siahaan, 1987).

Pengembangan wisata alam sebaiknya perlu mempertimbangkan aspek daya dukung lingkungan alam, binaan dan sosial baik dari segi keterbatasan aspek daya dukung lingkungan alam serta binaan sosial tersebut (Suwanto 2001).

Hal diatas merupakan suatu usaha untuk merealisasikan konsep pengembangan pariwisata alam yang berwawasan lingkungan, suatu bahan bahan pemikiran dalam menyetarakan pembangunan pariwisata dan konservasi sumberdaya alam yang akan semakin kompleks dimasa yang akan datang.

Perlu dilakukan pengendalian dalam pemberian hak penguasaan pariwisata alam dalam rangka pengamanan sumber daya hayati dan ekosistemnya. Hal tersebut dilakukan melalui tahapan kegiatan, dan taraf

perencanaan sampai ketaraf pelaksanaan termasuk kewajiban untuk menyusun Rencana Karya Pengusahaan Pariwisata Alam.

Pembangunan sarana dan prasarana dilakukan dengan pertimbangan adaptasi lingkungan pengendalian melalui analisis dampak lingkungan, pengaturan pengunjung dengan memperhatikan daya dukung kawasan maupun daya dukung sarana dan prasarana. Namun demikian pada dasarnya kawasan yang diusahakan tersebut masih tetap dikendalikan oleh pemerintah yang mempunyai tanggung jawab penuh atas keutuhan dan kelestarian alam.

#### **4. Perkembangan Obyek Wisata Alam Bantimurung Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Maros.**

Pendapatan Asli Daerah merupakan salah satu pendapatan pemerintah yang sangat potensial dalam menunjang kegiatan pembangunan negara dan daerah. PAD merupakan sumber pendapatan pemerintah yang paling penting sehingga pemerintahan selalu berusaha agar penerimaan PAD ini setiap tahunnya dapat terealisasi sesuai dengan target yang ditentukan.

Salah satu komponen dari sumber PAD adalah pajak dan retribusi daerah dimana keduanya merupakan sumber pendapatan daerah yang paling penting peranannya terhadap pembangunan, khususnya pembangunan daerah untuk menunjang pembiayaan rutin daerah dimana pajak hanya merupakan bagian dari pendapatan rutin, karena hanya

merupakan sebagai pelengkap saja dalam menunjang kegiatan pembangunan di daerah.

Sebagai daerah yang berotonom yang berarti mempunyai hak, wewenang dan kewajiban untuk mengatur rumah tangganya sendiri dalam ikatan yang berlaku. Penyerahan urusan pemerintahan kepada daerah sebagai asas desentralisasi berarti bahwa tanggung jawab terhadap urusan tersebut berada ditangan pemerintah.

Sebagai konsekuensi logis dari hal tersebut, maka daerah-daerah otonomi diberi sumber pendapatan yang layak, tetapi mengingat tidak semua sumber-sumber pembiayaan dapat diberikan kepada daerah, maka daerah diwajibkan untuk menggali sumber-sumber kekayaan masing-masing.

Tabel 4.2. Hasil Retribusi Obyek Wisata Alam Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 2000 – 2005

No	Tahun	Target	Realisasi
1	2000	Rp. 504.241.000	Rp. 500.000.000
2	2001	Rp. 927.531.850	Rp. 730.000.000
3	2002	Rp. 1.109.603.450	Rp. 1.032.800.000
4	2003	Rp. 1.288.365.150	Rp. 1.135.000.000
5	2004	Rp. 1.454.988.000	Rp. 1.200.000.000
6	2005	Rp. 1.468.000.000	Rp. 1.544.619.000

Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Maros 2006

Dari tabel 4.2 nampak jelas bahwa penerimaan hasil retribusi pada obyek wisata alam Bantimurung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup baik walaupun belum sesuai dengan target yang diharapkan namun pada tahun 2005 hasil retribusi yang diperoleh mencapai Rp. 1.544.619.000 nilai ini melampaui target yang telah ditetapkan sebesar Rp. 1.468.000.000. Ini berarti bahwa hasil retribusi pada obyek wisata alam Bantimurung memberikan sumbangsih yang cukup besar terhadap pemerintah Daerah Kabupaten Maros dimana retribusi daerah ini merupakan sektor penerimaan terbesar setelah penerimaan dari pajak daerah untuk seluruh komponen Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Penerimaan PAD khususnya di Kabupaten Maros hanya ditopang oleh 2 (dua) sektor utama yakni dari sektor pajak daerah sebagai penyumbang terbesar dan dari sektor retribusi daerah.

Kecilnya sumbangsih dari sektor-sektor lain disebabkan karena :

1. pelaksanaan administrasi dan teknik pemungutan belum sempurna dimana data subyek dan obyek pajak banyak yang tidak sesuai dengan keadaan sebelumnya.
2. kurangnya kesadaran masyarakat untuk melaksanakan kewajibannya dalam wajib membayar pajak, retribusi dan pungutan lainnya.
3. sumber-sumber PAD belum dimanfaatkan secara optimal

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik Responden

##### 1. Jenis Kelamin Responden

Pengunjung yang datang ke lokasi Wisata Alam Bantimurung sebagian besar berjenis kelamin laki-laki. Mereka pada umumnya berwisata bersama anggota keluarga.

Persentase responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 5.1 sebagai berikut :

Tabel 5.1. Distribusi persentase responden menurut jenis kelamin.

Jenis kelamin	Jumlah	
	Responden	%
<b>Laki-laki</b>	83	92,23
<b>Perempuan</b>	7	7,77
<b>Total</b>	90	100,00

Sumber : Data Primer, diolah 2006

##### 2. Umur Responden

Umur pengunjung pada Wisata Alam Bantimurung pada umumnya kebanyakan dari kelompok umur 20-24 tahun (45,56%), yakni kepala keluarga yang masih produktif, selanjutnya kelompok umur 25-44 tahun (40%), dan tujuan mereka berwisata tidak lain adalah untuk bersenang-senang bersama keluarga dan mencari hiburan diwaktu luangnya setelah beraktivitas penuh mencari nafkah. Biasanya kelompok umur produktif 20-

45 tahun lebih dapat meluangkan waktunya bersama keluarga berakhir pekan dengan melakukan kegiatan wisata bagi mereka yang berpenghasilan memadai, sehingga mereka jarang melakukan kegiatan wisata bersama keluarga.

Tabel 5.2. Distribusi responden menurut kelompok umur

Kelompok umur (tahun)	Jumlah	
	Responden	%
<b>20 - 24</b>	41	45,56
<b>25 - 44</b>	36	40,00
<b>= 45</b>	13	14,44
<b>Total</b>	90	100,00

Sumber : data primer diolah ,2006

### 3. Frekuensi kunjungan wisatawan

Tingkat kunjungan responden sebagian besar melakukan kunjungan wisata hanya sekali dalam setahun dan sebagian lagi melakukan kunjungan wisata sebanyak 2 hingga 5 kali dalam setahun dan tingkat kunjungan ini dapat dilihat dari frekuensi kunjungan per rumah tangga yang dihitung berdasarkan banyaknya jumlah anggota rumah tangga yang ikut per sekali kunjungan sehingga diperoleh frekuensi kunjungan yang dapat dilihat pada tabel 5.3.

Tabel 5.3 Distribusi responden menurut frekuensi kunjungan.

Frekuensi kunjungan per rumah tangga	Jumlah sampel wisatawan	
	Responden	%
< 2 kali	54	60,00
2 – 4 kali	23	25,56
4 – 5 kali	13	14,44
<b>Total</b>	90	100,00

Sumber : Data Primer, diolah 2006

Pada tabel 5.3 frekuensi kunjungan per rumah tangga yang melakukan kunjungan wisata kurang atau sama dengan 2 kali adalah sebanyak 54 responden yakni 60% selanjutnya yang melakukan kunjungan wisata 2-4 kali yakni 25,56% dengan jumlah responden 23 orang dan terakhir, diatas atau sama dengan 4-5 kali adalah 14,44% dengan jumlah responden 13 orang. Berdasarkan catatan Kantor Pengelolaan Bandara dan Kawasan Bantimurung Pemerintah Kabupaten Maros , jumlah pengunjung tahun 2002 mencapai 379. 947 orang, dan naik menjadi 404. 433 orang pada tahun 2003 lalu. Setiap hari kawasan itu selalu dikunjungi wisatawan, meski yang paling ramai pada setiap akhir pekan atau pada hari libur dan frekuensi kunjungan pada obyek wisata alam Bantimurung dapat dilihat pada tabel 5.4 dibawah ini :

Tabel 5.4. Distribusi jumlah pengunjung pada obyek wisata alam Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 2000 – 2005.

BULAN	Tahun					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Januari	20.999	17.164	25.720	9.963	14.442	30.080
Pebruari	3.409	2.294	6.923	15.763	24.086	15.092
Maret	10.365	9.881	23.020	17.282	13.604	24.510
April	7.861	11.512	22.416	24.115	24.482	22.657
Mei	16.701	9.199	28.690	31.480	38.562	40.044
Juni	11.352	39.466	50.885	73.335	72.049	77.484
Juli	11.468	31.272	41.298	41.038	51.746	65.147
Agustus	12.433	20.030	25.190	29.219	33.602	33.105
September	11.418	19.265	32.767	30.141	36.677	59.961
Oktober	19.619	27.353	34.326	85.072	68.015	34.648
November	11.305	57.628	56.968	38.514	56.220	52.974
Desember	19.701	16.449	31.744	8.521	16.306	11.272
<b>Jumlah</b>	156.631	261.507	379.947	404.433	449.791	466.964

Sumber : Dinas Pariwisata, Kab. Maros 2006

Pada tabel 5.4 perkembangan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata alam Bantimurung dari tahun 2000 hingga tahun 2005 mengalami peningkatan yang cukup drastis. Pada tahun 2005 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 466.964 orang, dan pada tabel tersebut juga terlihat bahwa melonjaknya wisatawan yang berkunjung di obyek wisata alam Bantimurung didominasi oleh wisatawan nusantara yang meningkat cukup

drastis dimana peningkatan erat kaitannya dengan mulai membaiknya perekonomian setelah mengalami krisis yang terjadi pada tahun 1998.

#### **4. Pendapatan**

Pendapatan responden diobyek wisata alam bantimurung merupakan pendapatan bersih setelah dikurangi dengan biaya untuk keperluan konsumsi maupun non-konsumsi yang dikelompokkan menjadi tiga yaitu pendapatan kurang atau sama dengan Rp. 500.000,- dan Rp. 500.001,- sampai dengan Rp.3 juta dan diatas Rp.3 juta sampai dengan Rp. 5.000.001,-

Sebagian besar responden yang berpenghasilan antara Rp. 500.001,- sampai dengan Rp. 3.000.000,- yaitu 64 orang (17,11%) dan lebih banyak bekerja pada sektor informal sebagai pedagang atau membuka usaha sendiri (wiraswasta). Rata-rata pendapatan bersih tertinggi responden adalah Rp. 3.000.000-5.000.001,- dan pendapatan terendah sebesar Rp. 300.000.

Adapun rincian persentase pendapatan pengunjung di obyek wisata wisata alam bantimurung menurut pendapatan dapat dilihat pada tabel 5.4

Tabel 5.4 Persentase responden pengunjung wisata alam bantimurung menurut hasil pendapatan dapat dilihat pada tabel 5.4

Pendapatan (Rp)	Jumlah sampel	
	n	%
<b>= 500.000</b>	15	16,67
<b>500.001 - 3.000.000</b>	64	71,11
<b>3.000.001 – 5.000.001</b>	11	12,22
<b>Total</b>	90	100,00

Sumber: Data Primer, diolah 2006

## 5. Pendidikan

Pendidikan digolongkan berdasarkan lama menempuh pendidikan. Pada umumnya sebagian besar responden, dengan lama menempuh pendidikan ? 16 tahun sebesar 48,89 % selanjutnya lama pendidikan ? 12 tahun adalah 40 % dan lama pendidikan 13 -15 tahun adalah 11,11 %.

Golongan lama pendidikan lanjutan yakni ? 16 tahun, mendominasi kunjungan ke obyek wisata alam bantimurung dengan jumlah responden 44 orang dan selanjutnya adalah lama pendidikan ? 12 tahun sebesar 36 orang. Hal ini dapat dimengerti karena adanya waktu luang dan mereka ingin menikmati tempat wisata alam bantimurung bersama keluarga. Dapat pula dilihat pada golongan lain yakni 13-15 tahun (diploma) paling sedikit yaitu 10 orang, karena ada waktu luang mereka yang mungkin tersita untuk kegiatan produktif mencari nafkah atau hal lain, sehingga mereka jarang memanfaatkan waktu luang untuk berwisata bersama keluarga.

Informasi persentase responden menurut golongan lama menempuh pendidikan dapat dilihat pada tabel 5.5 dibawah ini.

Tabel 5.5 Distribusi responden menurut tingkat pendidikan.

Tingkat Pendidikan (Tahun)	Jumlah sampel	
	n	%
=12	36	40
13 - 15	10	11,11
=16	44	48,89
<b>Total</b>	90	100

Sumber : Data Primer, diolah 2006

## 6. Ketersediaan Fasilitas Wisata

Ketersediaan fasilitas wisata yang dimaksud terdiri dari lokasi yang strategis, jalur transportasi lancar, pelayanan atau servis memuaskan, terdapat penjual makanan dan minuman, tersedia penginapan, terdapat toilet/wc umum, tersedia air/listrik/telepon, kualitas kebersihan terjamin serta keamanan diobyek wisata alam pun terjamin. Sepuluh pertanyaan diatas merupakan indikator atau pertanyaan pilihan bagi pengunjung mengenai persepsi mereka terhadap ketersediaan fasilitas diobyek wisata. Sebagian besar responden menjawab ketersediaan fasilitas yang ada diobyek wisata alam bantimurung belum memadai dengan jumlah responden 49 orang (45,44%) sedangkan yang menjawab memadai sebanyak 41 responden (54,44%).

Adapun distribusi responden menurut ketersediaan fasilitas wisata pada tabel 5.6.

Tabel 5.6. Distribusi responden menurut persepsi ketersediaan fasilitas wisata.

Persepsi Ketersediaan fasilitas wisata	Jumlah sampel	
	Responden	%
Memadai	41	45,44
Tidak memadai	49	54,44
<b>Total</b>	90	100,00

Sumber Data Primer, diolah 2006

## 7. Pekerjaan Kepala Rumah Tangga

Pekerjaan responden pengunjung wisata dapat dibedakan menjadi dua, yakni yang bekerja pada sektor formal baik negeri maupun swasta dan yang bekerja disektor informal. Menurut Simanjuntak (1998) sektor formal atau sektor modern mencakup perusahaan-perusahaan yang mempunyai status hukum, pengakuan dan izin resmi, dan umumnya berskala besar sedangkan sektor informal yang dimaksud diluar dari cakupan sektor formal seperti pedagang atau wiraswasta.

Masalah pekerjaan ini terkait pula dengan waktu luang pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Kebanyakan pengunjung wisata adalah bekerja pada sektor informal yakni 51,11%. Sedangkan pengunjung disektor formal tidak berbeda jauh sekitar 48,89%, jadi dalam hal ini waktu luanglah yang membuat pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata baik yang bekerja disektor formal maupun disektor informal. Pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 5.7 sebagai berikut

Tabel 5.7. Distribusi responden menurut pekerjaan kepala rumah tangga.

Pekerjaan responden	Jumlah sampel	
	Responden	%
<b>Formal</b>	44	48,89
<b>Informal</b>	46	51,11
<b>Total</b>	90	100,00

Sumber Data Primer, diolah 2006

### 8. Biaya Wisata

Biaya wisata yang dimaksud adalah biaya yang dikeluarkan responden persekali kunjungan diobyek wisata alam bantimurung dan yang termasuk biaya wisata yaitu biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya film dan cuci cetak,karcis masuk/ parkir serta souvenir untuk oleh-oleh dan sebagainya. Sebagian besar responden yang mengeluarkan biaya wisata sebanyak Rp. 100.001,- sampai dengan Rp. 500.000,- yaitu 85 orang (94,45%), dan yang mengeluarkan biaya wisata dengan responden 2 orang (2,22) adalah diatas atau sama dengan Rp. 500.000.

Adapun rincian persentase pengunjung di obyek wisata wisata alam bantimurung menurut biaya wisata dapat dilihat pada tabel 5.8

Tabel 5.8. Distribusi responden menurut biaya wisata.

Biaya Wisata (Rp)	Jumlah sampel	
	Responden	%
<b>=100.000</b>	3	3,33
<b>100.001 – 500.000</b>	85	94,45
<b>= 500.001</b>	2	2,22
<b>Total</b>	90	100,00

### C. Hasil Estimasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Alam Bantimurung.

Hasil regresi model faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata alam bantimurung dapat dilihat pada tabel 5.10.

Tabel 5.10. hasil estimasi model faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata alam Bantimurung.

No	Variabel	Koefisien Regresi	T <sub>hitung</sub>	Signifikansi
1	Pendapatan	0,000	-1,664	0,097
2	Pendidikan	- 119	-2,676	0,008
3	Biaya Wisata	2,252	17,361	0,000
4	Fasilitas wisata	0,472	2,246	0,026
5	Pekerjaan	0,297	1,404	0,162
6	Konstanta	2,011	2,709	0,007
7	F <sub>hitung</sub>	84,417	-	-
8	R <sup>2</sup>	0,651	-	-
9	Adjusted R <sup>2</sup>	0,644	-	-
10	n- Sampel	90	-	-

Sumber Data Primer diolah, 2006

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), menunjukan nilai 0,651 hal ini berarti bahwa variasi perubahan semua variabel bebas (variabel independen) dapat menjelaskan perubahan variabel dependen (permintaan wisata alam) sebesar 65,1% dan sisanya 34,9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

#### 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan (uji F) menunjukan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 84,417 dengan signifikansi 0,000 yang berarti bahwa seluruh koefisien regresi dari variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara bersama-sama

berpengaruh nyata terhadap variabel tidak bebas (permintaan wisata alam bantimurung).

Beberapa keputusan yang dapat diambil dari model faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata alam Bantimurung adalah sebagai berikut:

### **1. Pendapatan Kepala Rumah Tangga**

Nilai  $T_{hitung}$  sebesar -1,644 untuk variabel Pendapatan Rumah Tangga dengan signifikansi 0,097. Pendapatan ini tidak signifikan, dan ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap Y secara parsial, tetapi hubungan antara X dan Y adalah positif, yang artinya bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka, pilihan untuk berwisata akan semakin besar.

Pada umumnya permintaan wisata alam bantimurung ini merupakan kebutuhan psikis bagi seseorang atau rumah tangga untuk melepas kejenuhan sambil berkumpul bersama keluarga dan biasanya kegiatan wisata ini dilakukan bila ada sisa uang atau tabungan yang telah disisihkan untuk perjalanan wisata.

Bagi responden yang bekerja disektor informal lebih banyak dibanding responden disektor formal yang kondisi waktu kerjanya sangat mengikat. Tingkat kunjungan mereka juga minimal satu hingga dua kali dalam setahun, sedangkan pendapatan yang diperoleh diukur selama sebulan. Jadi mereka mempunyai tabungan yang telah dipersiapkan untuk kegiatan wisata bersama keluarga, lagipula kegiatan wisata alam bantimurung

relatif murah melihat kondisi obyek wisata ini yang masih perlu penataan kembali, sehingga tidak memerlukan biaya yang terlalu mahal khususnya bagi wisatawan lokal. Hal ini tidak relevan dengan teori bahwa faktor pendapatan berpengaruh terhadap permintaan wisata alam bantimurung setelah kebutuhan lain terpenuhi sesuai dengan pendapat Yoeti dkk (2003), bahwa permintaan obyek wisata dipengaruhi oleh tingkat pendapatan.

## 2. Tingkat Pendidikan

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar -2,676 untuk variabel Tingkat Pendidikan ( $X_2$ ) dengan signifikansi 0,008 maka dapat diambil kesimpulan bahwa pendidikan ini signifikan dan ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y sangat berarti. Hubungan antara X dan Y adalah negatif yang artinya bahwa jika variabel X meningkat maka akan menyebabkan variabel Y menurun. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka alternatif untuk melakukan wisata keobyek wisata alam Bantimurung menurun, ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berpendidikan tinggi obyek wisata yang lain.

Lama pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 5.4 dimana faktor pendidikan juga tidak berpengaruh karena kunjungan wisata masih bersifat umum sehingga tergantung pilihan atau motif bagi seseorang (keluarga) yang ingin melakukan kegiatan wisata dan nilai koefisien regresinya ( $b_2$ ) adalah -0,119. sehingga jika lama pendidikan ditingkatkan

1 (satu) tahun maka permintaan wisata alam bantimurung akan meningkat sebesar 0,01% dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Walaupun secara logika lama pendidikan seseorang menunjukkan bertambahnya tingkat pengetahuan dimana, pendidikan menjadikan seseorang lebih kreatif dan kritis sehingga cenderung ingin lebih mengetahui suasana atau keadaan di suatu obyek wisata dibandingkan dilingkungan tempat tinggalnya tetapi tidak sesuai dengan kenyataan dilapangan.

Hal ini dikemukakan oleh Cahyono (1995), bahwa lama pendidikan seseorang tidak berpengaruh nyata terhadap kunjungan wisata karena 1). Wisata alam ini bersifat umum dan tidak ada kegiatan-kegiatan khusus yang menarik perhatian pengunjung walaupun mereka mempunyai kelebihan uang, tidak berarti mereka akan sering mengunjungi obyek wisata tersebut, 2). Kegiatan wisata alam ini belum menjadi kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat, karena hanya dilakukan bila ada waktu luang atau pada hari-hari libur.

### **3. Biaya Wisata**

Nilai  $\tau_{hitung}$  sebesar 17,361 untuk variabel Biaya Wisata (X3) dengan signifikansi 0,000 maka dapat diambil kesimpulan bahwa biaya wisata ini signifikan dan ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y sangat berarti. Hubungan antara X dan Y adalah positif yang artinya bahwa jika variabel X meningkat maka akan menyebabkan variabel Y juga meningkat. Semakin besar biaya wisata maka semakin

meningkat pula frekuensi kunjungan pada obyek wisata alam Bantimurung, ini berarti bahwa dengan adanya fasilitas wisata menyebabkan masyarakat lebih cenderung tetap berkunjung walaupun biaya wisata meningkat dan tidak ada alternatif lain sehingga wisata alam bantimurung tetap dikunjungi.

Biaya wisata persekali kunjungan secara parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan wisata alam, dengan nilai regresinya ( $b_3$ ) adalah 2,252. Hal ini berarti jika biaya wisata meningkat 1% maka pusat permintaan wisata alam akan meningkat sebesar 2,25% dengan asumsi variabelnya tetap.

Melihat karakteristik responden dimana biaya wisata khususnya konsumsi (makanan) dan akomodasi (penginapan) tak menjadi kendala dalam melakukan perjalanan wisata, karena pengunjung sebagian besar tidak memanfaatkan fasilitas penginapan yang ada di taman wisata alam bantimurung. Walaupun tingkat biaya yang dikeluarkan bervariasi, pengunjung tetap menikmati obyek wisata alam tersebut dan hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Darusman dkk (1991), bahwa biaya wisata mempengaruhi permintaan akan perjalanan wisata.

Biaya transportasi juga sangat berkaitan langsung terhadap permintaan wisata. Seseorang tidak dapat melakukan perjalanan wisata bila tidak ada biaya transportasi baik untuk membeli bahan bakar, naik angkutan umum apalagi untuk menyewa kendaraan.

Hal ini ini sesuai dengan keadaan responden dimana untuk melakukan perjalanan wisata mereka telah mempersiapkan biaya transportasi walaupun jumlahnya sangat bervariasi yaitu berkisar Rp.50.000 hingga Rp.150.000,- walaupun biaya untuk konsumsi, akomodasi dan sebagainya terbatas atau tidak ada, tetapi biaya transportasi harus tetap ada apabila akan melakukan perjalanan, apalagi kalau jarak tempat tinggal dan lokasi wisata cukup jauh.

#### **4. Ketersediaan Fasilitas Wisata**

Nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,246 untuk variabel X4 dengan signifikansi 0,026 maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketersediaan fasilitas wisata tidak signifikan dan ini menunjukkan bahwa variabel ketersediaan fasilitas wisata tidak berpengaruh terhadap Y secara parsial, tetapi hubungan antara X dan Y adalah positif, yang artinya bahwa semakin lengkap fasilitas wisata maka, akan semakin besar permintaan terhadap obyek wisata alam Bantimurung.

Wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata alam bantimurung tidak hanya datang lalu pergi begitu saja, tetapi mereka juga ingin menikmati dan menggunakan fasilitas disini meliputi; lokasi yang strategis, transportasi lancar, pelayanan yang baik, tersedia penjual makanan dan minuman, air /listrik/telepon, dan semua ini sangat mempengaruhi keputusan pengunjung untuk melakukan perjalanan wisata, karena mereka mengharapkan kesan atau kepuasan dari hasil kunjungan

tersebut, dan tentulah kesan yang diperoleh sangat baik apabila tempat yang dikunjungi memiliki fasilitas yang lengkap, bersih dan aman.

Ketersediaan fasilitas ini berkorelasi negatif terhadap permintaan wisata, hal ini menunjukkan bahwa kondisi masyarakat yang berkunjung ke lokasi wisata pada umumnya belum menjadi kebutuhan utama, sehingga fasilitas yang lengkap di lokasi wisata tersebut bukan suatu hal yang menarik minat pengunjung tetapi obyek-obyek wisata seperti air terjun, goa-goa dan sebagainya. Jadi semakin lengkap fasilitas menyebabkan semakin menurunnya permintaan wisata karena kelengkapan fasilitas wisata tersebut cenderung menaikkan biaya wisata sehingga wisatawan lokal lebih memilih mengorbankan biaya wisata daripada biaya lainnya. Hal ini bertentangan dengan teori yang dikemukakan oleh Yoeti Dkk, (1993) bahwa permintaan akan wisata dipengaruhi oleh adanya akomodasi, dan sektor lain seperti makanan dan minuman, souvenir pelayanan yang baik, rokok, foto, dan lain-lain.

##### **5. Pekerjaan Kepala Rumah Tangga**

Nilai  $T_{hitung}$  sebesar 1,404 untuk variabel Pekerjaan Kepala rumah Tangga (X5) dengan signifikansi 0,162 maka dapat diambil kesimpulan bahwa pekerjaan kepala rumah tangga tidak signifikan dan ini menunjukkan bahwa variabel Pekerjaan Kepala rumah Tangga tidak berpengaruh terhadap Y secara parsial, tetapi hubungan antara X dan Y adalah positif, yang artinya bahwa mereka yang bekerja pada sektor informal memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibanding mereka yang

bekerja pada sektor formal dan semakin tinggi pendapatan maka akan semakin besar permintaan terhadap obyek wisata alam Bantimurung.

Jadi tidak terdapat perbedaan nyata antara pekerjaan tetap dan tidak tetap dalam hal permintaan wisata alam Bantimurung walaupun mereka mempunyai waktu senggang, jika tidak ada biaya wisata yang cukup maka permintaan akan wisata menurun demikian pula sebaliknya bagi mereka yang mempunyai pekerjaan tetap dengan waktu luang yang terbatas tetap bisa melakukan perjalanan wisata karena dipengaruhi oleh pendapatan.

## **BAB VI**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Biaya wisata ini signifikan maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin besar biaya wisata maka semakin meningkat pula frekuensi kunjungan pada obyek wisata alam Bantimurung, dan pendidikan juga berpengaruh positif terhadap permintaan wisata alam Bantimurung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka alternatif untuk melakukan wisata keobyek wisata alam Bantimurung menurun,
2. Pendapatan kepala rumah tangga, berpengaruh positif terhadap permintaan wisata alam Bantimurung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka, pilihan untuk berwisata akan semakin besar. Dan ketersediaan fasilitas wisata ini tidak signifikan maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin lengkap fasilitas wisata maka, akan semakin besar permintaan terhadap obyek wisata alam Bantimurung. Pekerjaan kepala rumah tangga juga berpengaruh negatif terhadap permintaan wisata alam Bantimurung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi pekerjaan seseorang maka pilihan untuk berwisata juga akan meningkat.

## **B. SARAN**

Berdasarkan uraian hasil pembahasan serta kondisi di lapangan maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain :

1. Diharapkan agar pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Maros untuk menaikan biaya tarif masuk pada obyek wisata alam Bantimurung. Dan diharapkan semua potensi wisata yang ada pada obyek wisata alam Bantimurung yang berkaitan dengan pendidikan agar lebih ditingkatkan seperti, penangkaran kupu-kupu, museum-museum, goa mimpi dan lain-lain.
2. Diharapkan adanya usaha pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Maros untuk lebih mengembangkan fasilitas sarana dan prasarananya, sehingga obyek wisata alam Bantimurung ini memberikan manfaat tidak nyata yakni kepuasan atau kesenangan bagi pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 1999, ***Rencana Pengelolaan Taman Wisata Alam Bantimurung*** Kabupaten Dati II Maros, Propinsi Dati I Sulawesi Selatan, Sub balai Konservasi Sumber Daya Alam Sulawesi Selatan.
- Boediono, 1982 ***Ekonomi Mikro***, ikhtisar teori dan tanya jawab penerbit BPFE-UGM, yogyakarta.
- Culpon, Refik, 1972 ***International Tourism Model For Developing Economics***. Pergamin jurnal Inc and jalast Harrisburg, USA.
- Darusman, Dudung, 1991. ***Studi Alternatif Pemanfaatan Sumberdaya Hidup Dalam Bentuk Usaha Wisata*** (kasus areal wisata Cibodas, Jawa Barat).Media Prasakti, Edisi III/3 mp-7, Bogor.
- Dixon, John dan Maynard M, Hufschmidt, 1991, ***Teknik Penilaian Ekonomi Terhadap Lingkungan***. Suatu Buku Kerja Studi Kasus, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta
- Firdaus, 2003, ***Analisis Permintaan Wisatawan Atas Jasa Perhotelan di Propinsi Sulawesi Selatan***. Program pasca sarjana, unhas
- Gregory,R,G., 1990, ***Forest Resource Economics***. John Wiley & Sons, New Cork
- Howe, Charles W. 1979. ***Natural Resources Economics, Issues, Analysis and Policy***, John Wiley and sons, New york.
- Kusudianto Hadinoto, 1996 ***Perencanaan Pembangunan Destinasi Pariwisata*** Universitas Indonesia (UI – Press) Jakarta.
- Knudson, M, D. 1980 ***Outdoor Recreation***. MacMillan Publishing Co. Inc New York.
- Musenaf, 1996, ***Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*** PT. Toko Gunung Agung, Jakarta.
- Maynard. M dkk, 1992. ***Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan. Pedoman Penilaian Ekonomis***. Gadjah Mada University Press Yogyakarta
- Nopirin, 1999, ***Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro***. Edisi Pertama, cetakan kelima. Penerbit BPFE – UGM yogyakarta.

- Pearce, David W. and Markandya, 1989, ***Environmental Policy Benefits : Monetary Valuation***, Paris Cedex 18, France.
- Quandt, RE, 1970 ***The Demand For Travel : Theory and Measurement***, Heath Lexington Books, Lexington.
- Reksohadiprodjo, 1989, ***Ekonomi Lingkungan Statu Pengantar***. PBF, UGM, Yogyakarta.
- Soemarwoto, Otto, 1989 ***Ekologi Lingkungan Hidup dan pembangunan***. Penerbit Djambatan, Bandung.
- Soekadijo, R.G., 1996. ***Anatomi Pariwisata, memahami pariwisata sebagai "sistem Linkage"***. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Spillane, James, J., 1991. ***Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya***, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Said. B. Fuad, 1998 ***Ekonomi manajerial***. Penerbit IPWI Jakarta.
- Sugiyono, 1990, ***Statistik untuk Penelitian***. Penerbit CV. Alfabeta Bandung
- Sukirno, Sadono, 2000, ***Pengantar Teori Mikro Ekonomi***, Teori dan Aplikasi. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sumarwan, U, 2003, ***Perilaku Konsumsi dan Penerapannya dalam Pemasaran***. Ghalia Jakarta
- Suparmoko. M., 1992 ***Pengantar Ekonomi Mikro*** Edisi 3, BPFE, Yogyakarta.
- Suwantoro, G, 2001, ***Dasar-Dasar Pariwisata***, ANDI Yogyakarta.
- Suyitno, 2001, ***Perencanaan Wisata***. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A, 1993 ***Pengantar Ilmu Pariwisata***. Angkasa Bandung.
- , 1997 ***Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata***. PT. Pradyna Paramita Jakarta.
- , 2003 ***Tours and Travel Marketing***. PT. Pradyna Paramita Jakarta

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 1999, ***Rencana Pengelolaan Taman Wisata Alam Bantimurung*** Kabupaten Dati II Maros, Propinsi Dati I Sulawesi Selatan, Sub balai Konservasi Sumber Daya Alam Sulawesi Selatan.
- Boediono, 1982 ***Ekonomi Mikro***, ikhtisar teori dan tanya jawab penerbit BPFE-UGM, yogyakarta.
- Culpon, Refik, 1972 ***International Tourism Model For Developing Economics***. Pergamin jurnal Inc and jalast Harrisburg, USA.
- Darusman, Dudung, 1991. ***Studi Alternatif Pemanfaatan Sumberdaya Hidup Dalam Bentuk Usaha Wisata*** (kasus areal wisata Cibodas, Jawa Barat).Media Prasakti, Edisi III/3 mp-7, Bogor.
- Dixon, John dan Maynard M, Hufschmidt, 1991, ***Teknik Penilaian Ekonomi Terhadap Lingkungan***. Suatu Buku Kerja Studi Kasus, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta
- Firdaus, 2003, ***Analisis Permintaan Wisatawan Atas Jasa Perhotelan di Propinsi Sulawesi Selatan***. Program pasca sarjana, unhas
- Gregory,R,G., 1990, ***Forest Resource Economics***. John Wiley & Sons, New Cork
- Howe, Charles W. 1979. ***Natural Resources Economics, Issues, Analysis and Policy***, John Wiley and sons, New york.
- Kusudianto Hadinoto, 1996 ***Perencanaan Pembangunan Destinasi Pariwisata*** Universitas Indonesia (UI – Press) Jakarta.
- Knudson, M, D. 1980 ***Outdoor Recreation***. MacMillan Publishing Co. Inc New York.
- Musenaf, 1996, ***Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*** PT. Toko Gunung Agung, Jakarta.
- Maynard. M dkk, 1992. ***Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan. Pedoman Penilaian Ekonomis***. Gadjah Mada University Press Yogyakarta
- Nopirin, 1999, ***Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro***. Edisi Pertama, cetakan kelima. Penerbit BPFE – UGM yogyakarta.

- Pearce, David W. and Markandya, 1989, ***Environmental Policy Benefits : Monetary Valuation***, Paris Cedex 18, France.
- Quandt, RE, 1970 ***The Demand For Travel : Theory and Measurement***, Heath Lexington Books, Lexington.
- Reksohadiprodo, 1989, ***Ekonomi Lingkungan Statu Pengantar***. PBF, UGM, Yogyakarta.
- Soemarwoto, Otto, 1989 ***Ekologi Lingkungan Hidup dan pembangunan***. Penerbit Djambatan, Bandung.
- Soekadijo, R.G., 1996. ***Anatomi Pariwisata, memahami pariwisata sebagai "sistem Linkage"***. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Spillane, James, J., 1991. ***Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya***, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Said. B. Fuad, 1998 ***Ekonomi manajerial***. Penerbit IPWI Jakarta.
- Sugiyono, 1990, ***Statistik untuk Penelitian***. Penerbit CV. Alfabeta Bandung
- Sukirno, Sadono, 2000, ***Pengantar Teori Mikro Ekonomi***, Teori dan Aplikasi. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sumarwan, U, 2003, ***Perilaku Konsumsi dan Penerapannya dalam Pemasaran***. Ghalia Jakarta
- Suparmoko. M., 1992 ***Pengantar Ekonomi Mikro*** Edisi 3, BPFE, Yogyakarta.
- Suwantoro, G, 2001, ***Dasar-Dasar Pariwisata***, ANDI Yogyakarta.
- Suyitno, 2001, ***Perencanaan Wisata***. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A, 1993 ***Pengantar Ilmu Pariwisata***. Angkasa Bandung.
- , 1997 ***Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata***. PT. Pradyna Paramita Jakarta.
- , 2003 ***Tours and Travel Marketing***. PT. Pradyna Paramita Jakarta

**DISTRIBUSI JUMLAH PENGUNJUNG PADA OBYEK  
WISATA ALAM BANTIMURUNG KABUPATEN MAROS TAHUN 2000 –  
2005.**

BULAN	Tahun					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Januari	20.999	17.164	25.720	9.963	14.442	30.080
Pebruari	3.409	2.294	6.923	15.763	24.086	15.092
Maret	10.365	9.881	23.020	17.282	13.604	24.510
April	7.861	11.512	22.416	24.115	24.482	22.657
Mei	16.701	9.199	28.690	31.480	38.562	40.044
Juni	11.352	39.466	50.885	73.335	72.049	77.484
Juli	11.468	31.272	41.298	41.038	51.746	65.147
Agustus	12.433	20.030	25.190	29.219	33.602	33.105
September	11.418	19.265	32.767	30.141	36.677	59.961
Oktober	19.619	27.353	34.326	85.072	68.015	34.648
November	11.305	57.628	56.968	38.514	56.220	52.974
Desember	19.701	16.449	31.744	8.521	16.306	11.272
<b>Jumlah</b>	<b>156.631</b>	<b>261.507</b>	<b>379.947</b>	<b>404.433</b>	<b>449.791</b>	<b>466.964</b>

Sumber : Dinas Pariwisata, Kab. Maros 2006

## HASIL RETRIBUSI OBYEK WISATA ALAM BANTIMURUNG KABUPATEN

### MAROS TAHUN 2000 – 2005

No	Tahun	Target	Realisasi
1	2000	Rp. 504.241.000	Rp. 500.000.000
2	2001	Rp. 927.531.850	Rp. 730.000.000
3	2002	Rp. 1.109.603.450	Rp. 1.032.800.000
4	2003	Rp. 1.288.365.150	Rp. 1.135.000.000
5	2004	Rp. 1.454.988.000	Rp. 1.200.000.000
6	2005	Rp. 1.468.000.000	Rp. 1.544.619.000

Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Maros 2006

No. Responden :

## KUISIONER

Nama Peneliti	:	Jumriana Bakri
Program Studi	:	Ekonomi Sumberdaya, Program Pascasarjana Unhas

*Petunjuk* : Anda dimohon untuk mengisi jawaban pada tempat yang telah disediakan

### I. Identitas Umum Responden

1. Nama Responden :
2. jenis kelamin :
3. Pendidikan Terakhir :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SLTA
  - d. Diploma
  - e. Perguruan Tinggi
4. Lama menjalani pendidikan formal tertinggi (lama tahun sekolah).
  - a. Tidak/ Tamat SD/ Sederajat (.....tahun)
  - b. Tidak/ Tamat SMP/ Sederajat (.....tahun)
  - c. Tidak/ Tamat SMA/ Sederajat (.....tahun)
  - d. Tidak / Tamat Diploma/Akademi (.....tahun)
  - e. Tidak/ Tamat SI (.....tahun)
  - f. Tidak/ Tamat S2 (.....tahun)
  - g. Tidak/ Tamat S3 (.....tahun)
5. Pekerjaan anda
  - a. Petani
  - b. PNS
  - c. ABRI
  - d. POLISI
  - e. Wiraswasta
  - f. Lainnya (sebutkan.....)

6. Penghasilan anda dalam sebulan
  - a. ? 500.000
  - b. Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000
  - c. Rp. 2.000.000 – 3.500.000
  - d. Rp. 3.500.000 – 5.000.000
  - e. ? Rp.5.000.001
  
7. Anda sebagai wisatawan
  - a. Domestik
  - b. Mancanegara
  - c.
  
8. Kunjungan anda ke obyek wisata alam bantimurung dalam satu tahun terakhir
  - a. kurang dari 2 kali
  - b. 2 - 4 kali
  - c. 4 - 5 kali
  
9. Berapa pengeluaran anda untuk mengunjungi obyek wisata alam Bantimurung?
  - a. Biaya konsumsi :Rp.....
  - b. Biaya transportasi :Rp.....
  - c. Membeli souvenir/oleh-oleh : Rp.....
  - d. Biaya film,dan cuci cetak : Rp.....
  - e. Penginapan/hotel/losmen : Rp.....
  - f. Membeli rokok dan lain-lain : Rp.....
  - g. Tiket masuk/ parkir : Rp.....

Jika membawa konsumsi dari rumah dihargai berapa? Rp.....
  
10. Ketersediaan fasilitas di obyek wisata alam bantimurung
  - a. memadai
  - b. tidak memadai

\*\*\* Terima Kasih atas partisipasi anda \*\*\*