

# TESIS

## ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PARIWISATA SULAWESI-SELATAN

*Analysis of Factors Influencing Demand for Tourism in  
South Sulawesi*

HUSNUL KHATIMAH



Kepada:

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SUMBER DAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023



# TESIS

## ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PARIWISATA SULAWESI-SELATAN

### *Analysis of Factors Influencing Demand for Tourism in South Sulawesi*

Disusun dan diajukan oleh:

HUSNUL KHATIMAH

A052202002



Kepada:

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SUMBER DAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)

TESIS

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PARIWISATA  
SULAWESI SELATAN

Disusun dan diajukan oleh

**HUSNUL KHATIMAH**  
**A052202002**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian Studi Program Magister, Program Studi Ekonomi Sumber Daya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

pada tanggal **21 Agustus 2023**

dan telah dinyatakan memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama



**Dr. Anas Iswanto Anwar, SE., MA., CWM®**  
NIP. 19630516 199003 1 001

Pembimbing Pendamping



**Dr. Sri Unda Nurbayani, SE., MA**  
NIP. 19660811 199103 2 001

Ketua Program Studi Magister  
Ekonomi Sumber Daya



**i, SE., M.Si., CWM®**  
0212 2 002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin



**Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM**  
NIP. 19640205 198810 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

**Nama** : Husnul Khatimah  
**NIM** : A052202002  
**Program Studi** : Magister Ekonomi Sumber Daya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul:

**“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan”**

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam naska tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.22 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 30 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

  
  
**Husnul Khatimah**



## PRA KATA

Segala puji penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga tesis yang berjudul " Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan." ini bisa terselesaikan dengan baik.

Maksud dan tujuan pembuatan tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan magister Universitas Hasanuddin Jurusan Ekonomi Sumber Daya. Dalam penulisan ini cukup sering penulis temui berbagai hambatan dan rintangan, tapi berkat bimbingan, pertolongan, nasihat serta saran dari semua pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta yang telah mendoakan, menghidupi, membesarkan penulis dan memberi dukungan kepada penulis baik dari segi moril maupun materil.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
3. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si., CIPM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
4. Ibu Dr. Retno Fitrianti, SE., M.Si., CWM<sup>®</sup> selaku Ketua Program Studi



ister Ekonomi Sumber Daya Universitas Hasanuddin. Terima kasih segala bantuan yang senantiasa diberikan hingga peneliti dapat yelesaikan studi di Jurusan Ekonomi Sumber Daya.

5. Bapak Dr. Anas Iswanto Anwar, SE., MA., CWM® selaku Pembimbing I, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas arahan dan atas kesedian waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Ibu Dr. Sri Undai Nurbayani, SE., MA. selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu, penuh kesabaran dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis. Arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Dosen Penguji Bapak Dr. Agussalim, SE., M.Si., Bapak Dr. Sabir, SE., M.Si. dan Ibu Dr. Retno Fitrianti, SE., M.Si, CWM® Selaku dosen penguji yang memberikan motivasi dan inspirasi bagi peneliti untuk terus belajar dan berusaha untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pascasarjana Ekonomi Sumber Daya Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat besar kepada peneliti selama perkuliahan.
9. Seluruh Pegawai dan Staf Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah membantu selama ini.
10. Seluruh staf Dinas Pariwisata Sulawesi-Selatan yang telah membantu saya dalam mencari data pendukung penelitian.
11. Kepada saudara(i)ku Drs. Andi Mappinessa, Saidah, Muhammad Yusuf, Elvi, S.Pd.i, Nurhawa, A.Md.Pk, serta Najemiah yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan serta motivasi kepada penulis.
12. Teman-teman serta sahabat seperjuangan angkatan 2020 MESD



Herunisa, S. Pi., Alfiani Nur Islami, SE., Indrawati Sinur, SE., Andi Dwi Putri, SE. M.Si., Asniati Suryanto, SE. dan Sri Yulianti, SE.),

serta Farida Abbas, Irianti,S.Pd., Ferawati Fajrin, S.Pt., dan Susiani, S.Pd) yang tak henti memberikan dukungan, bantuan dan support motivasi untuk penulis

13. Terimakasih untuk diri sendiri yang sudah kuat dan bertahan untuk sampai di titik ini, jalanmu sangat tidak mudah yang terkadang harus berpura-pura baik-baik saja agar orang terdekat tidak khawatir.

14. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Sebagai penutup, tulisan ini ada manfaatnya khususnya bagi penulis dan umumnya untuk saudara(i)ku semua. Diharapkan, tesis ini bisa bermanfaat untuk semua pihak. Penulis tahu masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan tesis ini, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca sekalian.

Makassar, Agustus 2023  
Penulis

Husnul Khatimah  
A052202002



## ABSTRAK

HUSNUL KHATIMAH. *Analisis Faktor yang Memengaruhi Permintaan Pariwisata Sulawesi Selatan* (dibimbing oleh Anas Iswanto Anwar dan Sri Undai Nurbayani).

Pariwisata merupakan aset suatu daerah ataupun negara yang keberadaannya dapat menciptakan ekonomi kerakyatan serta mengangkat industri-industri kreatif melalui permintaan wisatawan terhadap pariwisata. Namun, kehadiran virus *Covid-19* membuat aktivitas pariwisata lumpuh karena kurangnya permintaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui beberapa kondisi yang dapat memengaruhi wisatawan melakukan permintaan pariwisata, di antaranya pendapatan, fasilitas, biaya perjalanan, waktu luang, dan informasi. Penelitian ini dilakukan di Sulawesi Selatan (objek wisata Pantai Bira dan Hutan Pinus Malino). Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *statistics* 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan, fasilitas, biaya perjalanan, waktu luang, dan informasi dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap permintaan pariwisata.

Kata kunci: pendapatan, fasilitas, biaya perjalanan, waktu luang, informasi





## ABSTRACT

HUSNUL KHATIMAH. *An Analysis of Factors Affecting Demand for Tourism in South Sulawesi* (supervised by Anas Iswanto Anwar and Sri Undai Nurbayani)

Tourism is an asset for a region or a country whose existence can create people's economy and promote creative industries through tourist demand for tourism. However, the presence of the Covid-19 virus has paralyzed tourism activities due to the lack of demand. This study aims to determine several conditions that can affect tourists to make tourism requests, including income, facilities, travel costs, leisure time, and information. This research was conducted in South Sulawesi, i. e. Bira Beach Tourism Object and Malino Pine Forest. The method of analysis used was multiple linear regression using primary data obtained from distributing questionnaires. The data were processed using IBM SPSS statistics 23 software. The results show that the variables of income, facilities, travel cost, leisure time, and information have a positive effect on tourism demand.

Keywords: income, facilities, travel cost, leisure time, information



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	10
2.1.1. Teori Permintaan .....	10
2.1.2. Pariwisata Dan Permintaan Pariwisata .....	12
2.1.3. Pendapatan .....	26
2.1.4. Fasilitas.....	29
2.1.5. Biaya Perjalanan.....	32
2.1.6. <i>Leisure Time</i> (Waktu Luang).....	34
2.1.7. Informasi .....	35
2.1.8. Hubungan Antar Variabel .....	37
2.1.9.1 Hubungan Pendapatan Dan Permintaan Pariwisata ...	37
2.1.9.2 Hubungan Fasilitas Dan Permintaan Pariwisata .....	40
2.1.9.3 Hubungan Biaya Perjalanan Dan Permintaan Pariwisata .....	41
2.1.9.4 Hubungan Waktu Luang Dan Permintaan Pariwisata .	42
2.1.9.5 Hubungan Informasi Dan Permintaan Pariwisata .....	43
2.2. Penelitian Terdahulu .....	45
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>52</b>
.1. Kerangka Konseptual .....	52
.2. Hipotesis .....	54
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
.1. Rancangan Penelitian.....	56



4.2.	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	56
4.3.	Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	56
4.4.	Jenis Dan Sumber Data.....	57
4.5.	Metode Pengumpulan Data.....	58
4.6.	Metode Analisis.....	58
4.7.	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional .....	61
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>63</b>
5.1	Karakteristik Responden.....	63
5.1.1	Distribusi Responden Menurut Pendapatan.....	63
5.1.2	Distribusi Responden Menurut Fasilitas .....	64
5.1.3	Distribusi Responden Menurut Biaya Perjalanan.....	65
5.1.4	Distribusi Responden Menurut Waktu Luang.....	66
5.1.5	Distribusi Responden Menurut Informasi .....	67
5.1.6	Distribusi Permintaan Responden .....	68
5.2	Pengujian Hipotesis .....	68
5.3	Uji Statistik .....	73
5.3.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73
5.3.2	Uji F .....	73
5.3.3	Uji t .....	74
5.4	Pembahasan.....	77
5.4.1	Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan .....	77
5.4.2	Pengaruh Fasilitas Terhadap Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan .....	78
5.4.3	Pengaruh Biaya Perjalanan Terhadap Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan .....	80
5.4.4	Pengaruh Waktu Luang Terhadap Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan .....	82
5.4.5	Pengaruh Informasi Terhadap Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan .....	83
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>85</b>
6.1	Simpulan.....	85
6.2	Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>92</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Distribusi Responden Menurut Pendapatan.....	63
Tabel 5.2	Distribusi Responden Menurut Fasilitas .....	64
Tabel 5.3	Distribusi Responden Menurut Biaya Perjalanan.....	65
Tabel 5.4	Distribusi Responden Menurut Waktu Luang.....	66
Tabel 5.5	Distribusi Responden Menurut Informasi.....	67
Tabel 5.6	Distribusi Responden Menurut Permintaan.....	68
Tabel 5.7	Rekapitulasi Data Hasil Analisis Linear Berganda .....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	54
------------	-------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Responden .....	93
Lampiran 2	Hasil Olah Data .....	99
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian .....	100



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata kini telah menjadi sektor strategis dan andalan utama dalam menghasilkan devisa yang mampu menopang perekonomian baik dari tatanan negara hingga ke tatanan masyarakat, prestasi sektor pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan menurut laporan *Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)* tahun 2019 yang menempatkan indeks daya saing pariwisata Indonesia ke peringkat 40, naik 10 tingkat dari peringkat 50 pada tahun 2015. Selain itu, Indonesia juga mendapatkan penghargaan sebagai sepuluh besar negara terbaik untuk dikunjungi tahun 2019 di booth Wonderful Indonesia saat World Travel Market (WTM) 2018 di London, alasannya karena kekayaan alam dan budaya Indonesia yang membentang dari Sabang sampai Merauke dengan jumlah pulau 17000, terdiri atas beragam budaya, kuliner, dan agama, yang menawarkan segudang pengalaman. Dengan potensi kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang ada menjadikan Indonesia sebagai negara yang sangat layak untuk dikunjungi wisatawan.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2009-2014 dituliskan bahwa dalam aspek ekonomi, sektor pariwisata kontribusi devisa dari kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) dan Produk Domestik Bruto (PDB) beserta komponennya. Dalam aspek



sosial, pariwisata berperan dalam penyerapan tenaga kerja, apresiasi seni, tradisi dan budaya bangsa, dan peningkatan jati diri bangsa. Dalam aspek lingkungan, pariwisata dapat mengangkat produk dan jasa wisata seperti kekayaan dan keunikan alam, laut serta merupakan alat yang efektif bagi pelestarian lingkungan alam dan seni budaya tradisional. Dari segi penyerapan tenaga kerja, WTO (*World Trade Organization*) menyatakan bahwa satu dari delapan pekerja di dunia ini kehidupannya tergantung langsung ataupun tidak langsung dari pariwisata.

Wisata sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Perkembangan sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja dan lain sebagainya. Tujuan pariwisata antara lain untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan





bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa. Dari tujuan tersebut, mengartikan bahwa industri pariwisata harus di tanamkan perhatian agar tujuan-tujuan tersebut dapat tercapai.

Menurut Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) republik Indonesia, sektor pariwisata Indonesia punya posisi strategis dalam peningkatan devisa negara, industri pariwisata Indonesia mampu menyumbang sekitar US\$10 miliar devisa negara pada tahun 2019. *Organization for economic co-operation and development (OECD)* dalam laporan *tourism trends and policies 2022* menyebutkan pada tahun 2019 sektor pariwisata menyumbang 5,0% dari Pendapatan Domestik Bruto Indonesia. Namun hantaman covid-19 di 2020 mengakibatkan turunnya kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 56% menjadi 2,2% dari total ekonomi.

Adanya covid-19 tersebut juga berdampak pada Sulawesi-Selatan, yang merupakan wilayah di bagian Timur Indonesia dan seringkali dijuluki dengan kota Anging Mamiri yang memiliki panorama yang elok sekaligus keunikan budaya, dikenal dengan sektor pariwisata sangat beragam, meliputi wisata bahari, wisata alam, wisata budaya dan wisata kuliner. Tempat wisata yang dimaksud wisata religi Tana Toraja, Anjungan Pantai Losari, wahana air terbesar seAsia Bugis Water Park Adventure, Pantai Bira, *Center Point of Indonesia (CPI)*, Taman Kupu-kupu Bantimurung, dan inus Malino. Namun meskipun demikian eloknya tempat wisata



yang ada di Sulawesi Selatan, COVID-19 yang seketika mengubah tatanan kehidupan dalam aspek Global maupun Nasional. Kondisi tersebut membuat masyarakat kurang berminat untuk melakukan permintaan pariwisata dan mengakibatkan lemahnya aktivitas dalam industri pariwisata yang berimbas pada menurunnya permintaan kunjungan pariwisata. Karena COVID-19, sumbangsih sektor ini pada tahun 2019 hanya mencapai 9,73% menurun dari 13,13% pada tahun 2018.

Selain itu perekonomian masyarakat terganggu yang mengakibatkan pendapatan menurun dan konsumsi barang dan jasa melemah. Pembatasan sosial berskala besar secara tidak langsung membatasi pelaksanaan aktivitas masyarakat di tempat wisata, meskipun masyarakat mempunyai waktu luang tapi lebih mementingkan menggunakan waktu luang dengan hanya berada di rumah dan menyelamatkan diri mereka sendiri daripada melakukan permintaan berwisata. Penurunan permintaan ini secara tak sengaja melumpuhkan sektor pariwisata dibidang ketenagakerjaan yang terpaksa memutuskan hubungan kerja karena tidak adanya permintaan produk pariwisata.

Disisi lain, pemanfaatan wisata sendiri tidak hanya sebatas nilai sejarah, filosofi dan nilai keindahan, tapi juga dari segi nilai ekonomi melalui pengembangan pariwisata yang dapat menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi terhadap pendapatan daerah. Fungsi pariwisata dari segi

dapat dikemukakan bahwa dari sektor pariwisata dapat diperoleh



devisa, baik berupa pengeluaran para wisatawan asing maupun sebagai penanam modal dalam industri pariwisata termasuk penerimaan berupa retribusi bagi wisatawan. Sebaliknya jika kunjungan wisatawan menurun secara signifikan maka berdampak pada berkurangnya omset pedagang dan UMKM, pendapatan menurun, konsumsi menurun dan berdampak negatif terhadap perekonomian masyarakat. Mengingat jumlah penerimaan dari sektor pariwisata ditentukan oleh jumlah wisatawan yang berkunjung karena wisatawan akan mengeluarkan biaya untuk menikmati tempat wisata tersebut. Industri pariwisata berperan penting dalam perekonomian Indonesia ditingkat Kabupaten, Provinsi dan Nasional. Industri pariwisata menjadi sumber pendapatan, penciptaan lapangan kerja yang penting untuk pertumbuhan ekonomi yang mengarah pada produktivitas suatu negara.

Permintaan pariwisata menurut Faozen (2018) dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain pendapatan, fasilitas, biaya perjalanan, waktu luang. Ditambahkan dengan hasil penelitian menurut Indra (2020) kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh pendapatan karena jika seseorang mempunyai pendapatan maka sebagian dari pendapatan itu akan digunakan untuk berekreasi ditambah dengan jiwa millennial anak muda yang berkeinginan menyenangkan diri mereka.



Selain pendapatan, fasilitas juga menjadi penyebab permintaan ta dikarenakan fasilitas merupakan bagian penting dari objek

wisata karena fasilitas adalah nilai jual dari objek wisata. Seseorang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan ingin menikmati fasilitas yang tersedia dan berbeda dari tempat asalnya. Waktu luang juga menjadi faktor kegiatan perjalanan wisata seseorang. Dengan tersedianya waktu luang, seseorang akan mengikuti keinginannya sendiri baik untuk beristirahat, menghibur diri sendiri, menambah pengetahuan atau mengembangkan keterampilannya secara objektif atau untuk meningkatkan keikutsertaan dalam bermasyarakat. Walau tersedia banyak uang, tapi waktu luang tidak tersedia maka perjalanan wisata tidak kunjung terjadi. Banyak orang sangat terikat dengan pekerjaannya namun jika tersedia waktu luang maka perjalanan wisata akan dilakukan.

Pentingnya biaya perjalanan untuk melakukan permintaan pariwisata karena suatu perjalanan wisata sulit terjadi jika tidak adanya biaya perjalanan yang dikeluarkan. Meskipun tidak ada biaya masuk atau biaya parkir yang harus dikeluarkan oleh pengunjung namun pengunjung yang berasal dari lokasi yang jauh dari objek wisata yang dikunjungi terdapat perbedaan harga yang harus dibayar dengan pengunjung yang dekat dengan objek wisata untuk memperoleh manfaat yang sama. Pengunjung yang tempat tinggalnya berasal dari lokasi yang jauh membutuhkan biaya perjalanan yang besar dalam melakukan permintaan produk wisata. Informasi juga menjadi salah satu faktor penyebab permintaan pariwisata.



Informasi-informasi yang di dapat sangat mempengaruhi seseorang untuk mendatangi tempat wisata (Rachman, 2021).

Banyaknya macam informasi tentang objek wisata membuat pengunjung lebih menginginkan untuk melakukan permintaan pariwisata. Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti iklan TV, brosur-brosur dan dari teman-teman sekitar seperti teman sekantor, pengajian atau satu arisan paling banyak pengaruhnya karena jikalau tidak mencoba merasa gengsi, khawatir dianggap tidak ikut trend dan ketinggalan zaman. Informasi dan Layanan Sebelum Kunjungan, wisatawan atau pengunjung biasanya membutuhkan *pre-travel service dan tourist information service* pada suatu daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi untuk menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi dan keperluan-keperluan yang dibutuhkan wisatawan (Yoeti, 2008).

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dipaparkan, maka hal tersebut menjadi landasan untuk melakukan kajian tentang permintaan pariwisata dengan judul **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Sulawesi-Selatan”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan?



2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan?
3. Apakah biaya perjalanan berpengaruh terhadap pariwisata wisatawan Sulawesi-Selatan?
4. Apakah waktu luang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan?
5. Apakah informasi berpengaruh terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan?

### **1.3 . Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan.
4. Untuk menganalisis pengaruh waktu luang terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan.
5. Untuk menganalisis pengaruh informasi terhadap permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan.



#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang baik bagi akademisi, pemerintah dan praktisi.

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi masyarakat mengenai permasalahan permintaan pariwisata Sulawesi-Selatan.
2. Sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya yang serupa.
3. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah daerah setempat maupun pihak-pihak yang terkait dalam melakukan kebijakan pengembangan pariwisata.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Tinjauan teori

##### 2.1.1. Teori Permintaan

Pengertian permintaan dalam ilmu ekonomi yang umum diartikan sebagai keinginan seseorang (konsumen) terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkan (Yoeti, 2008)

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) permintaan adalah sejumlah barang atau produk yang merupakan barang-barang yang akan dibeli konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu. Permintaan seperti ini lebih tepat disebut sebagai permintaan pasar (*market demand*), di mana terdapat barang tertentu dengan harga tertentu pula.

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu dan selalu merujuk pada hubungan tertentu antara jumlah suatu barang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat kemungkinan harga dalam priode waktu tertentu. Diluar harga, permintaan suatu barang juga dipengaruhi oleh pendapatan yang akan menimbulkan perubahan permintaan terhadap berbagai macam jenis barang. Dengan perkataan lain, permintaan dapat diartikan sebagai hubungan fungsional yang menunjukkan jumlah barang yang akan dibeli dengan harga tertentu pada waktu tertentu. Salah satu faktor yang paling memengaruhi adalah harga.





Bila harga suatu barang dianggap rendah dari yang biasanya berlaku, maka dengan sendirinya permintaan akan meningkat melebihi permintaan yang biasa terjadi. Sebaliknya bila harga naik, ada kecenderungan konsumen hanya membeli sekadar yang dibutuhkan saja dan tidak jadi membeli lebih banyak dari yang dibutuhkan.

Tingkah laku konsumen (*consumer behaviour*), dalam memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa (*goods and services*), dapat diambil kesimpulan bahwa: Pertama, konsumen itu memiliki keterbatasan pendapatan (*income*). Kedua, konsumen dalam melakukan pembelian selalu bertindak rasional. Ketiga, konsumen selalu berusaha ingin mencapai kepuasan maksimal dengan pendapatan yang terbatas. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila semua uang yang dibelanjakan untuk kebutuhannya dapat memberi kepuasan sesuai dengan apa yang diinginkan atau yang diimpikannya (Karmini, 2019)

Terjadi hubungan timbal balik antara barang dan jasa yang diminta dengan harga, jika faktor lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Dalam hal ini, hukum permintaan mengatakan: "jika harga suatu barang atau jasa (*good and services*) harganya mengalami kenaikan, sedangkan harga yang lainnya tetap tidak mengalami perubahan atau sama, maka konsumen cenderung melakukan substitusi, yaitu mengganti barang dan jasa itu dengan barang dan jasa yang lain yang harganya lebih murah (Case

006).



## 2.1.2. Pariwisata dan Permintaan Pariwisata

### 2.1.2.1. Pariwisata

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri/diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi (Yoeti, 2008)

Wisatawan adalah orang melakukan perjalanan wisata dengan kata lain wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat tersebut tanpa bermaksud untuk memperoleh penghasilan tetap ditempat yang dikunjungi. Seorang wisatawan bertindak sesuai dengan kehendak hatinya dan bebas memilih daerah tujuan wisata yang akan dikunjunginya, obyek dan atraksi wisata yang akan dilihatnya atau fasilitas atau produk apa yang dibutuhkan atau diinginkannya. Perjalanan wisata misalnya bukanlah suatu kebutuhan yang harus dipenuhi, akan tetapi mereka melakukan perjalanan wisata lebih

ditentukan secara subjektivitas dan penuh dengan perasaan al, yang adakalanya jauh dari pemikiran rasional (Yoeti, 2008).



Kepariwisataan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan 2009, yaitu sebagai berikut :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
5. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas



m, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling  
ait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

7. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
9. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
10. Kawasan strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Menurut Yoeti (2008), berikut adalah jenis-jenis pariwisata yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik konsumen untuk mengujungnya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sasaran dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut:

- a. Wisata Agro, dapat dikatakan sebagai ragam pariwisata baru yang dikaitkan dengan kegiatan industri pertanian, misalnya wisata durian saat musim buah durian, atau wisata tani yakni para wisatawan terjun aktif menanam padi memandikan kerbau di sungai



- b. Wisata Belanja, dilakukan karena kekhasan barang yang ditawarkan atau bagian dari jenis pariwisata lain. Misalnya, Bandung
- c. Wisata Budaya, berkaitan dengan ritual budaya yang sudah menjadi tradisi. Misalnya, mudik lebaran setahun sekali. Atau ada peristiwa budaya yang digelar pada saat-saat tertentu, misalnya: Sekaten di Surakarta dan Yogyakarta, Ngaben di Bali, Labuhan di Cilacap, pemakaman jenazah di Toraja Utara. Tidak jarang wisatawan melakukannya dengan maksud mengadakan riset budaya, mempelajari budaya setempat, mengunjungi situs bersejarah dan sebagainya.
- d. Wisata Iklim, bagi negara beriklim empat, pada saat tertentu benar-benar dimanfaatkan untuk „berburu“ panas sinar matahari bagi masyarakat tropis seperti Indonesia, kunjungan ke suatu tempat berkaitan dengan maksud mencari perubahan iklim setempat. Misalnya, penduduk kota pantai berwisata ke pegunungan, sebaliknya penduduk pedalaman berwisata ke pantai
- e. Wisata Karya, kunjungan kerja yaitu jenis pariwisata yang para wisatawan berkunjung dengan maksud dinas atau tugas-tugas lain. Misalnya, peninjauan daerah, segi lapangan. Maksud kedatangan seseorang atau sejumlah orang di suatu daerah tujuan wisata memang untuk melaksanakan tugas profesi atau pekerjaannya, namun dalam waktu senggang atau sengaja diacarakan, mereka melakukan rekreasi atau kunjungan wisata ke beberapa objek.



ata Kesehatan, berhubungan dengan maksud penyembuhan suatu  
rakit. Wisatawan mengunjungi suatu tempat karena keberadaan

penyembuh, misalnya kunjungan ke Krakal di Kebumen dengan maksud berendam di air belerang untuk menyembuhkan penyakit kulit, mengunjungi dan tinggal untuk sementara di sanatorium yang beriklim sejuk, berkunjung ke Singapura atau Cina untuk berobat.

- g. Wisata Konvensi atau Seminar, dilakukan dengan sengaja memilih salah satu daerah tujuan wisata sebagai tempat penyelenggaraan seminar dikaitkan dengan upaya pengembangan daerah tujuan wisata yang bersangkutan. Penentuan lokasi tempat penyelenggaraan suatu konvensi, baik nasional maupun internasional sering dikaitkan dengan kebijakan pemerintah mempromosikan suatu daerah tujuan wisata.
- h. Wisata Niaga, berkaitan dengan kepentingan perniagaan (usaha perdagangan). Wisatawan datang karena ada urusan perniagaan di tempat tersebut. Misalnya, mata niaga atau tempat perundingan niaga ada di sana.
- i. Wisata Olahraga, yakni mengunjungi peristiwa penting di dunia olahraga. Misalnya, pertandingan perebutan kejuaraan, Pekan Olahraga Nasional, Asean Games, Olimpiade, atau sekedar pertandingan persahabatan.
- j. Wisata Pelancong, dilakukan untuk berlibur, mencari suasana baru, menikmati keindahan alam, melepaskan ketegangan (lepas dari kesibukan kerja rutin)
- k. Wisata Petualangan, dilakukan lebih ke arah olahraga yang sifatnya

antang kekuatan fisik dan mental para wisatawan. Termasuk dalam wisata petualangan adalah kegiatan pelatihan di alam terbuka



dengan berbagai atraksi yang menantang dan kadang-kadang mengundang risiko.

- I. Wisata Ziarah, dalam kaitan dengan agama atau budaya, mengunjungi tempat ibadah atau tempat Ziarah pada waktu tertentu misalnya; Waisak di Kompleks Candi Borobudur-Magelang, menyepi di Pantai Parangkusumo Yogyakarta, mengunjungi tempat yang dianggap keramat, ziarah ke makam tokoh-tokoh masyarakat atau pahlawan bangsa.
- m. Darmawisata, perjalanan beramai-ramai untuk bersenang-senang atau berkaitan dengan pelaksanaan daram di luar ruangan, atau eksekursi atau melaksanakan pengabdian kepada masyarakat di luar waktu kerja sehari-hari.
- n. Widiawisata (pendidikan), perjalanan keluar (daerah,kampung) dalam rangka kunjungan studi dilakukan untuk mempelajari seni budaya rakyat, mengunjungi dan meneliti cagar alam dan atau buday,atau untuk kepentingan menuntut ilmu selama waktu tertentu, misalnya tugas belajar.

Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata jika memenuhi 3 persyaratan yang diperlukan (Ridwan,2020),yaitu :

1. Harus bersifat sementara.
2. Harus bersifat sukarela (voluntary) dalam arti tidak terjadi paksaan.



k bekerja yang menghasilkan upah atau bayaran.

### 2.1.2.2. Permintaan pariwisata

Pengertian permintaan dalam kepariwisataan dibagi menjadi dua (Yoeti, 2008) yaitu :

1. Potential Demand, yaitu sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata.
2. Actual Demand, yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu.

Permintaan pariwisata adalah banyaknya perjalanan yang diinginkan oleh masyarakat atau yang diharapkan apabila tersedia fasilitas yang memadai atau memenuhi keinginan masyarakat. Objek wisata pada garis besarnya berwujud objek, barang-barang mati atau statis baik yang diciptakan manusia sebagai hasil seni budaya maupun gejala alam, yang mempunyai daya tarik kepada wisatawan untuk mengunjungi dan dapat menyaksikan, mengagumi, menikmati sehingga terpenuhi kepuasan wisatawan sesuai dengan motif kunjungannya. Dengan kata lain permintaan pariwisata adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang dapat diharapkan (Darmadjati, 1995).

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga dan kebutuhannya bagi wisatawan. Satu hal yang perlu diketahui fasilitas atau produk itu dihasilkan atau disediakan oleh perusahaan





yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda-beda pula. Fasilitas dan produk itu sifatnya sangat berbeda satu dengan yang lainnya (*heterogenity*), akan tetapi permintaan terhadap produk dan fasilitas itu sangat erat kaitannya dengan kebutuhan wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya (*composite demand*). Dengan perkataan lain, permintaan dalam industri pariwisata itu tidak hanya terbatas pada waktu diperlukan pada saat perjalanan wisata dilakukan. Akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang: daerah tempat wisata yang akan dikunjungi, hotel di mana akan menginap, pesawat yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa. Ini juga harus dapat memuaskan calon wisatawan sebelum ia melakukan perjalanan wisata, karena atas kelengkapan informasi inilah calon wisatawan memutuskan, akan membeli paket wisata atau tidak (Yoeti, 2008).

Permintaan dalam industri pariwisata seperti diuraikan di atas, berbeda dengan permintaan dalam ilmu ekonomi pada umumnya. Dalam ilmu ekonomi kebutuhan-kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti: udara yang segar, pemandangan yang indah, atau cuaca yang cerah. Hal itu tidak berlaku dalam industri pariwisata, dan bahkan justru barang-barang yang termasuk "*free goods*" ini yang dapat atkan kepuasan bagi wisatawan. Bagi wisatawan, semua unsur, fasilitas yang tersedia, dan barang-barang tergolong *free goods* itu



berkaitan satu dengan yang lainnya untuk mencapai kepuasan dalam perjalanan wisata yang dilakukannya (Yoeti, 2008).

Permintaan pariwisata adalah sejumlah barang dan jasa yang ingin dibayar oleh konsumen pada berbagai tingkat harga selama waktu tertentu (Ridwan, 2020).

1. Barang, jasa serta waktu tertentu tersebut memiliki arti bahwa barang mempunyai wujud nyata sedangkan jasa sifatnya abstrak.
2. Barang memberi peluang untuk disimpan artinya bahwa waktu produksi dan konsumsi dapat berbeda.
3. Barang terkadang dapat dipindah-pindahkan sedangkan jasa tidak.
4. Satuan waktu menunjukkan berapa lama pengukuran permintaan tersebut berlaku.

Konsumen memiliki tingkah laku dan karakter sendiri dalam memenuhi kebutuhan terhadap barang dan jasa. Namun dalam pariwisata, permintaan terhadap barang dan jasa pariwisata memiliki karakter tersendiri. Beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata menurut Yoeti (2008) antara lain sebagai berikut:

- a. Sangat dipengaruhi oleh musim.

Permintaan terhadap produk industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh musim (*seasonality*). Bila datang masa liburan sekolah musim panas misalnya, maka tempat-tempat liburan di pantai akan penuh sesak dipadati wisatawan, baik oleh wisatawan nusantara pun wisatawan mancanegara. Sebaliknya di musim dingin, tempat-



tempat liburan musim dingin salju mulai berjatuhan, daerah pegunungan penuh sesak dengan wisatawan yang bermain ski. Hal itu juga terjadi pada resort tertentu akan banyak dikunjungi pada hari-hari besar atau weekend. Ternyata, permintaan dalam industri pariwisata naik turun tergantung musim. Jadi permintaan dalam industri berbeda dengan permintaan untuk sandang pangan yang lebih konstan dan dapat diperkirakan.

b. Terpusat pada tempat-tempat tertentu.

Ada beberapa daerah seperti terjadi di Bali. Banyak pantai di Indonesia bahkan di Bali, akan tetapi wisatawan lebih tertarik datang ke Pantai Kuta. Demikian pula di Inggris, suatu survei yang diadakan oleh majalah *The Economist* mengenai tingkah laku wisatawan yang datang berkunjung ke Inggris, khususnya terhadap wisatawan Amerika, hasil survei itu menyimpulkan bahwa wisatawan Amerika hanya mengunjungi kota London saja, menyaksikan "*Changing The Guard*" di Buckingham Palace dengan Tower Bridge yang terkenal itu. Hanya sebagian kecil mereka yang memberanikan diri berkunjung ke pedalaman untuk melihat Strafford-Avon, kota kelahiran pujangga terkenal Shakespeare.

c. Tergantung pada besar/kecilnya pendapatan.

Pendapatan sangat memengaruhi terhadap permintaan produk industri pariwisata. Besar kecilnya pendapatan (*income*) juga banyak

ditentukan oleh "*disposable personal income*", yaitu jumlah pendapatan yang dikurangi dengan kewajiban untuk membayar pajak



pengeluaran-pengeluaran untuk keperluan rumah tangga, kesehatan dan pendidikan anak-anak. Jadi pendapatan itu harus bebas dari kewajiban pembayaran keperluan lainnya, sehingga tidak memengaruhi kebutuhan rumah tangga.

d. Bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah.

Terjadi persaingan antara akan melakukan perjalanan wisata atau membeli barang-barang mewah untuk kebutuhan keluarga. Dengan perkataan lain, membeli komputer, AC lebih dulu atau berlibur ke Bali ramai-ramai dengan keluarga. Biasanya, keluarga lebih suka kalau perjalanan wisatanya ditunda, ketimbang menunda membeli barang-barang mewah yang belum mereka punyai. Biasanya, dalam praktik permintaan untuk melakukan perjalanan wisata merupakan urutan ke-8 setelah kebutuhan lainnya terpenuhi.

e. Tergantung tersedianya waktu senggang (*leisure time*).

Tersedianya waktu senggang (*leisure time*) banyak memengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata. Banyak orang sangat terikat dengan pekerjaannya. Waktu senggang bagi pegawai biasanya cuti tahunan selama dua minggu atau cuti panjang selama tiga bulan. Walau tersedia banyak uang, akan tetapi, Kalau waktu senggang tidak ada maka perjalanan wisata tidak kunjung jadi.

f. Tergantung teknologi transportasi.

Akibat terjadi kemajuan teknologi atau perkembangan teknologi transportasi dan telekomunikasi banyak mendorong orang melakukan perjalanan karena mudahnya informasi dan promosi diperoleh.



Informasi tidak hanya diperoleh di radio, akan tetapi siaran TV sudah menjangkau sampai jauh ke desa-desa terpencil. Satu kemajuan teknologi yang sangat menakjubkan adalah handphone (HP) yang dimiliki hampir oleh semua orang yang membuat jarak menjadi semakin dekat dan tidak mengkhawatirkan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata jauh ke mana-mana di seluruh dunia.

g. Size of family (jumlah anggota keluarga)

Sekarang ini ada kecenderungan jumlah orang dalam keluarga semakin kecil. Keluarga sekarang memiliki anak tidak lebih dari tiga, sehingga memungkinkan orang melakukan perjalanan lebih sering karena selain biaya lebih ringan, terutama bagi suami dan istri yang kedua-duanya bekerja sehingga faktor uang tidak jadi masalah.

h. Aksesibilitas.

Jarak antara negara asal wisatawan (*Tourist Generating Country*) dan negara yang menerima kunjungan wisatawan (*tourist receiving country*) juga memengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Contoh, jarak Singapura yang begitu dekat dengan Indonesia, maka dari tahun ke tahun wisatawan Singapura paling banyak berkunjung ke Indonesia, demikian pula sebaliknya. Demikian pula antara Amerika Serikat dengan Kanada, dibandingkan wisatawan asing lainnya, penduduk kedua negara merupakan pasar potensial bagi masing-masing negara.



nurut Yoeti (2008) terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi permintaan pariwisata antara lain sebagai berikut:

## 1. Faktor Permintaan Umum (*General Demand Factors*)

- a. *Purchasing Power*, yaitu kekuatan untuk membeli banyak ditentukan oleh disposable income (pendapatan yang siap dibelanjakan) yang erat kaitannya dengan tingkat hidup dan intensitas perjalanan yang dilakukan. Semakin tinggi pendapatan yang bebas digunakan seseorang, maka semakin besar kemungkinan seseorang melakukan perjalanan wisata yang diinginkannya.
- b. *Demographic Structure and Trends*, yaitu besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi permintaan produk industri pariwisata, negara yang memiliki penduduk banyak namun pendapatan perkapitanya kecil maka kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata sangat kecil.
- c. *Sosial and Culural Factors*, industrialisasi tidak hanya menghasilkan struktur pendapatan masyarakat relatif tinggi, namun juga dapat meningkatkan pemerataan pendapatan di masyarakat sehingga memungkinkan untuk memiliki kesempatan dalam melakukan perjalanan wisata.
- d. *Travel Motivation and Atitudes* yaitu motivasi untuk melakukan perjalanan wisata berhubungan erat dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya.
- e. *Opportunities to travel and Tourism Marketing Intencity* yaitu adanya insentif untuk melakukan perjalanan wisata akan memberi kesempatan kepada keluarga ikut melakukan perjalanan wisata.



## 2. Faktor Penentu Permintaan Khusus (*Determining Specific Demand Factors*)

Faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi adalah sebagai berikut

- a. Harga, pada suatu industri jasa, harga biasanya menjadi masalah kedua karena yang terpenting adalah kualitas yang harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan waktu yang diinginkan.
- b. Daya Tarik Wisata, pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik wisata yang terdapat pada suatu daerah yang akan dikunjungi.
- c. Kemudahan Berkunjung, kemudahan dalam mencapai suatu tempat tujuan wisata yang akan dikunjungi dapat mempengaruhi pilihan wisatawan, hal ini terjadi karena biaya transportasi dapat mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan.
- d. Informasi dan Layanan Sebelum Kunjungan, wisatawan atau pengunjung biasanya membutuhkan *pre-travel service dan tourist information service* pada suatu daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi untuk menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi dan keperluan-keperluan yang dibutuhkan wisatawan.
- e. Citra, wisatawan atau pengunjung memiliki kesan tersendiri terhadap daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Oleh karena itu, suatu obyek wisata harus memiliki citra yang dapat menguntungkan suatu obyek wisata agar wisatawan atau pengunjung memiliki minat untuk berkunjung kembali.



### 2.1.3. Pendapatan

Pendapatan atau sering disebut dengan penghasilan adalah bentuk balas karya yang diperoleh sebagai imbalan atau balas jasa atas sumbangan seseorang terhadap proses produksi. Pendapatan juga sering diartikan sebagai kendala atau batasan kemampuan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Sumber pendapatan dapat berasal dari usaha sendiri, bekerja pada orang lain, atau hasil dari milik yang dapat berupa uang dapat juga dalam bentuk barang. Konsumen tidak mungkin dapat membeli barang dan jasa bila pendapatan (*income*) nya tidak ada atau tidak memadai. Dengan demikian, maka perubahan pendapatan konsumen akan mengubah permintaannya akan barang dan jasa yang dikonsumsi dimana kenaikan pada pendapatan akan mengarah pada kenaikan terhadap permintaan (Sukirno, 2010).

Jika pendapatan seseorang makin tinggi maka makin besar permintaan terhadap obyek wisata karena seseorang tersebut 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

1 (Bakri,2007).





Definisi lain dari pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan. Dengan demikian pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat. Pendapatan keluarga berupa jumlah keseluruhan pendapatan dan kekayaan keluarga, dipakai untuk membagi keluarga dalam tiga kelompok pendapatan, yaitu: pendapatan rendah, pendapatan menengah dan pendapatan tinggi. Pembagian di atas berkaitan dengan, status, pendidikan dan keterampilan serta jenis pekerja seseorang namun sifatnya sangat relatif (Hariningsih dan Simatupang, 2008).

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan (Suparmoko, 2000), yaitu :

1. Gaji dan Upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
2. Pendapatan dari Usaha Sendiri. Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
3. Pendapatan dari Usaha Lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa



curahkan tenaga kerja, dan ini biasanya merupakan pendapatan pingan antara lain, pendapatan dari hasil menyewakan asset yang

dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lain, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan dari pensiun, dan lain-lain.

Berikut menurut Mardiasmo (2003) yang termasuk sebagai pendapatan:

1. Imbalan atau penggajian yang berkenaan dengan pekerjaan atau jasa. Pendapatan yang tergolong imbalan yaitu gaji, upah, hononarium, komisi, bonus, uang pension, dan lain-lain.
2. Hadiah. Hadiah dapat berupa uang ataupun barang yang berasal dari pekerjaan, undian, penghargaan dan lain-lain.
3. Laba usaha. Pendapatan berasal dari laba usaha adalah pendapatan yang didapat dari selisih penjualan barang dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang tersebut, yang termasuk biaya-biaya antara lain: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penjualan dan lain-lain.
4. Keuntungan karena penjualan. Pendapatan yang berasal dari keuntungan karena penjualan adalah pendapatan yang didapat dari selisih penjualan barang dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang tersebut, yang termasuk biaya-biaya antara lain: biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya penjualan dan lain-lain.

Berdasarkan sifat perubahan permintaan terhadap berbagai barang apabila terjadi perubahan pendapatan, menurut Sukirno (2010) dapat

an dalam beberapa golongan, antara lain:



- a. Barang esensial (essential goods) adalah barang yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kebutuhan atau barang ini tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan pendapatan.
- b. Barang normal (normal goods) adalah barang yang permintaannya berhubungan lurus dengan pendapatan konsumen. Bila pendapatan konsumen meningkat, maka permintaan akan barang tersebut juga meningkat dan sebaliknya, bila pendapatan konsumen menurun, maka permintaan barang tersebut juga menurun.
- c. Barang inferior (inferior goods) adalah barang yang permintaannya berhubungan terbalik dengan pendapatan konsumen. Bila pendapatan konsumen meningkat maka permintaan akan barang tersebut akan menurun, dan sebaliknya, bila pendapatan konsumen menurun maka permintaan akan barang tersebut meningkat.

#### 2.1.4. Fasilitas

Fasilitas dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang dapat digunakan untuk menunjang kegiatan ditempat objek wisata. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya (Suwantoro, 2004). Fasilitas merupakan suatu barang maupun jasa yang diberikan oleh pengelola kepada pengunjung sebagai bentuk pelayanan oleh perusahaan jasa, pedagang maupun perusahaan industri.

Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun obyek wisata



harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat

menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Tidak semua obyek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan (Yoeti,2008).

Fasilitas merupakan unsur industri pariwisata yang sangat penting. Berapapun besarnya suatu tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak tersedia, maka keinginan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan dan semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka frekuensi mengunjungi objek wisata akan meningkat dikarenakan pengunjung akan merasa puas dan tidak sia-sia mengunjungi objek wisata tersebut (Baskoro, 2013).

Menurut peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 bahwa dalam menciptakan kenyamanan, kemudahan, keamanan dan keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata yaitu harus terdapat fasilitas seperti pusat informasi dalam hal ini papan informasi, fasilitas lain seperti ruang ganti atau toilet, pergola, gazebo, lampu taman, pagar pembatas, panggung kesenian atau pertunjukan, kios cendramata, pusat jajanan kuliner, tempat ibadah, menara pandang, gapura, jalur pejalan kaki, jalan setapak, trotoar, tempat parkir dan petunjuk arah. Disebutkan pula dalam peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2017 bahwa fasilitas pendukung juga dapat seperti tempat sampah.



elain itu, adapula fasilitas lain menurut Septiawan dan Indrawati ibagi menjadi tiga yaitu:

- a. Fasilitas Utama. Fasilitas yang harus ada pada objek wisata seperti tempat rekreasi, tempat atraksi(panggung terbuka, tempat pameran, pementasan kesenian), tempat bermain (sarana olahraga).
- b. Fasilitas Pelengkap. Fasilitas yang membantu pengelolaan objek seperti: tempat administrasi, penyewaan alat, pos keamanan, ruang pengelola, ruang istirahat dan lain-lain.
- c. Fasilitas Penunjang. Fasilitas yang dapat memberikan kemudahan dalam berwisata, seperti : penginapan, tempat makan, olah raga, dan lain-lain.

Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu obyek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik obyek wisata itu sendiri. Kebutuhan wisatawan juga perlu disediakan di daerah tujuan wisata, seperti bank, apotek, rumah sakit, pom bensin, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain. Fasilitas wisata merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan penyediaan barang dan jasa wisatawan ketika mereka berada pada daerah tujuan wisata (Suarka, 2015).

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, penjual makanan dan minuman, tersedia penginapan, toilet/wc, tersedia air, listrik, telepon dan lain-lain. Semakin lengkap fasilitas wisata tersebut maka akan meningkatkan permintaan pengunjung



untuk berwisata karena mereka ingin merasakan kepuasan dan mengharapkan kesan dari hasil kunjungan tersebut (Bakri, 2007). Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Yoeti (2008) 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.

### 2.1.5. Biaya Perjalanan

Biaya perjalanan adalah besarnya ongkos yang dikeluarkan untuk melakukan kunjungan wisata. Setiap perjalanan wisata pertimbangan penting adalah besarnya biaya yang digunakan sesuai anggaran yang tersedia. Menilai biaya perjalanan selalu identik dengan besarnya nilai uang yang digunakan untuk membeli atau mengadakan berbagai hal yang mempermudah dan mempercepat kelancaran suatu perjalanan wisata. Biaya perjalanan wisata biasanya berupa biaya transportasi, biaya karcis masuk obyek wisata, biaya konsumsi, biaya akomodasi dan biaya souvenir. Biaya ini masuk dalam kategori biaya perjalanan wisata. Menilai besarnya pengeluaran biaya perjalanan sangat tergantung pada tingkat efisiensi, efektivitas dan ekonomis atas biaya perjalanan yang dikeluarkan (Ashoer, 2021).

Biaya merupakan pertimbangan yang paling substantif untuk dipertimbangkan dalam mengambil keputusan berwisata. Hal ini akan sangat berpengaruh pada penentuan bagaimana bentuk, tujuan, dan waktu perjalanan wisata, tipe penginapan, moda angkutan serta jasa lain yang digunakan.



Berapa keseluruhan alokasi biaya yang tersedia atau perlu disiapkan agar kegiatan wisata itu memberikan hasil yang optimal? Berapa pengeluaran maksimal di daerah tujuan wisata Pertimbangan-pertimbangan yang pelik tentang ini sering menjadi salah satu alasan untuk memilih destinasi wisata. Bagi wisatawan, biaya yang besar dapat menjadi beban berat, sehingga pilihan destinasi diberikan pada daerah yang nilai tukar mata uang lokal sangat rendah. Sedikit berbeda dengan itu adalah wisatawan berpengalaman yang lebih mengutamakan kepuasan dan pengalaman total wisata sebagai pertimbangan utama. Oleh sebab itu ketersediaan informasi yang akurat dan terbaru tentang perkembangan ekonomi dan finansial di daerah destinasi wisata sangat penting untuk memudahkan calon wisatawan menentukan biaya wisatanya (Ashoer, 2021).

Konsep dasar dari biaya perjalanan (*travel cost*) adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata. Setiap individu baik aktual maupun potensial bersedia mengunjungi sebuah daerah untuk mendapatkan manfaat tertentu tanpa harus membayar biaya masuk (*no entry free*). Namun demikian walaupun asumsinya tidak ada biaya masuk, secara aktual, pengunjung yang berasal dari lokasi yang jauh dari obyek yang dikunjungi terdapat perbedaan “harga” yang harus dibayar antar pengunjung untuk mendapatkan manfaat yang sama. Kondisi dalam teori ekonomi dianggap representasi dari permintaan (*demand*) pengunjung (konsumen) untuk mendapatkan manfaat tersebut (Yoeti, 2008).



Biaya perjalanan ini pada prinsipnya adalah mengetahui biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Misalnya, untuk menyalurkan hobi menyelam maka seorang konsumen akan membutuhkan biaya untuk mendatangi tempat yang dapat dipergunakan untuk menyalurkan hobinya tersebut. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata, maka permintaan terhadap objek wisata tersebut akan semakin berkurang. Sedangkan apabila biaya perjalanan yang dikeluarkannya semakin kecil, maka permintaan terhadap objek wisata akan semakin besar (Furohmah dkk, 2018)

#### 2.1.6. *Leisure Time* (Waktu Luang)

*Leisure* (waktu luang) adalah loisir yang berasal dari bahasa Prancis, sering diartikan sebagai *time free from employment*. Tersedianya waktu luang (*leisure time*) akan mempengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata atau usaha perjalanan wisata. Tersedianya waktu senggang (*leisure time*) banyak memengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata. Banyak orang sangat terikat dengan pekerjaannya. Waktu senggang bagi pegawai biasanya cuti tahunan selama dua minggu atau cuti panjang selama tiga bulan. Walau tersedia banyak uang, akan tetapi, Kalau waktu senggang tidak ada maka perjalanan wisata tidak kunjung jadi. Banyak orang sangat terikat dengan pekerjaannya dan ketika tersedia banyak uang (pendapatan), waktu luang dibutuhkan untuk yang akan mengikuti keinginannya sendiri baik untuk beristirahat, untuk diri sendiri, menambah pengetahuan atau mengembangkan





keterampilannya secara objektif atau untuk meningkatkan keikutsertaan dalam bermasyarakat (Bakri, 2007).

*Leisure time* atau waktu luang sangat identik dengan waktu untuk berekreasi, karena untuk berekreasi dapat dilakukan dimana saja asalkan waktu mengizinkan. *Leisure* dalam hubungannya dengan waktu disebut juga dengan *unoccupied time*, *spare time*, *free time*, (ketika bebas beristirahat, dan bebas melakukan apa yang mereka mau) (suarka, 2015).

Faktor ketersediaan waktu luang dan uang kembali memainkan peran penting. Waktu luang (musim libur) menjadi salah satu faktor penentu besar kecilnya arus wisatawan. Wisatawan mancanegara secara umum cenderung lebih ketat dalam pengaturan waktu berwisata jauh sebelum keberangkatan berwisata mereka telah melakukan perencanaan perjalanan, mulai alokasi waktu perjalanan, kunjungan di objek wisata, jenis rekreasi yang akan dilakukan, dan sebagainya. Keterlambatan satu hari saja akan berisiko besar bagi keseluruhan agenda wisatanya, mulai dari penambahan biaya, pengurusan tiket perjalanan, sampai ke penyesuaian jadwal kepulangan dengan berbagai risiko. Oleh sebab itu mereka tidak toleran terhadap pengaturan waktu yang tidak tepat di daerah tujuan wisata (Ashoer, 2021).

### 2.1.7. Informasi

Informasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah memuat sebuah kabar tentang suatu hal. Informasi merupakan keterangan, an, gagasan, dan tanda yang mengandung nilai, makna, dan



pesan baik data maupun penjelasan yang dapat dilihat, didengar dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format.

Menurut Yoeti (2008) dalam bukunya yang berjudul pengantar ilmu pariwisata mengemukakan bahwa, pada umumnya tiap orang dalam pengambilan keputusan berwisata di pengaruhi oleh faktor internal, dan faktor eksternal, baik secara obyektif maupun subyektif. Faktor internal, sampai berapa jauh calon wisatawan mengenal atau mengetahui daerah tempat wisata yang pernah ia kunjungi atau informasi yang ia baca. Termasuk pula keinginan dan harapan calon wisatawan, mengapa ia tertarik pada suatu daerah tempat wisata tertentu, misalnya waktu kecil dia pernah ke tempat wisata tersebut, membuat ia tertarik untuk melihat setelah dewasa. Faktor eksternal, adalah informasi yang diperoleh dari beberapa sumber, apakah dari brosur, iklan di TV, akan tetapi yang paling banyak pengaruhnya adalah dari teman-teman sekantor, sepengajian atau satu arisan, karena ada perasaan gengsi jika tidak mencoba, khawatir dianggap tidak mengikuti trend dan ketinggalan zaman.

Informasi merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui potensi wisata apa saja agar wisatawan bisa mempersiapkan perjalanan wisata (Pratama, 2016), seperti :

1. Website yang merupakan sebuah tempat di internet dimana setiap masing-masing individu bisa mendapatkan informasi sehingga siapa dapat melakukan browsing.



Brosur, merupakan salah satu media yang difungsikan sebagai pemberi informasi yang cukup banyak sehingga calon wisatawan yang

membaca dapat mengerti apa yang ingin disampaikan oleh pihak yang menyampaikan informasi.

3. Baliho maupun banner ini merupakan salah satu media yang mempromosikan dengan menggunakan media yang berukuran besar atau kecil yang dipasang di tempat-tempat yang dapat dilihat oleh para calon pengunjung.

Sebelum melakukan pembelian konsumen terlebih dahulu mencari informasi terkait dengan apa yang akan dibelinya. Di masa pembelian, calon konsumen membuat keputusan pembelian, menentukan kapan pembeliannya, dan bagaimana ia membelinya (Ashoer, 2021).

## **2.1.8. Hubungan Antara Variabel**

### **2.1.9.1. Hubungan Variabel Pendapatan Dan Permintaan Pariwisata.**

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu dan selalu merujuk pada hubungan tertentu antara jumlah suatu barang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat kemungkinan harga dalam priode waktu tertentu. Teori permintaan selain dari faktor harga terdapat faktor pengaruh lain yaitu pendapatan yang merupakan faktor penting dalam menentukan permintaan terhadap barang. Perubahan pada pendapatan cenderung mengubah permintaan terhadap barang, ketika pendapatan meningkat permintaan akan barang meningkat pula dan

ya pendapatan menurun permintaan terhadap barang akan  
 ig, hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Bakri (2007)



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

Pendapatan yang meningkat akan mendorong semakin banyaknya permintaan perjalanan wisata. Setengah abad yang lalu hanya lapisan ekonomi atas, yang jumlahnya kecil, yang mampu membiayai perjalanan wisata. Kalau tiga puluh tahun yang lalu transportasi darat dan laut masih menjadi tulang punggung perjalanan wisata dalam negeri, kini situasinya berbeda. Teknologi transportasi menawarkan perjalanan yang semakin aman dan nyaman dengan biaya yang lebih murah. Dengan teknologi dirgantara yang semakin maju, penggunaan pesawat semakin sering digunakan. Masyarakat kalangan menengah kebawah mulai masuk ke dalam pasar transportasi udara akibat semakin banyaknya penerbangan berbayar murah (*low cost carrier*). Jelasnya, saat ini pariwisata bukan lagi konsumsi eksklusif pengusaha, petinggi negara dan daerah, kalangan elit dan selebriti, tetapi juga orang-orang desa berdekatan distribusi pekerjaan dan pendapatan yang semakin baik (Ashoer, 2021).

Menurut Yuwana (2010) pada kasus kenaikan pendapatan dibanding dengan harga, pengaruhnya terhadap sebagian besar tipe pariwisata dan tujuan wisata akan signifikan. Hal ini berlaku untuk barang normal. Tetapi dapat juga kenaikan pendapatan menyebabkan penurunan permintaan,

untuk barang inferior.



Pariwisata dipandang sebagai suatu jasa yang sangat disukai sebagai penghilang rasa jenuh setelah bekerja karena ketika pendapatan meningkat maka pariwisata lebih banyak dilakukan. Di saat banyak keluarga yang memasuki kelompok pendapatan lebih tinggi, maka permintaan untuk berwisata meningkat lebih cepat dari pendapatan. Pilihan individu dan anggaran yang akan dikeluarkan merupakan determinan dari permintaan pariwisata. Besarnya anggaran yang akan dikeluarkan oleh individu tergantung dari banyaknya waktu yang dihabiskan untuk bekerja yang sifatnya dibayar setiap periode waktu. Pendapatan berhubungan positif dengan permintaan wisatawan, maksudnya adalah ketika terjadi penambahan pendapatan dan anggaran untuk rekreasi maka permintaan berwisata akan meningkat (Indra, 2020).

Faktor terpenting dalam melakukan permintaan kunjungan wisata adalah pendapatan, pendapatan seseorang tinggi maka keinginan atau peluang seseorang untuk berwisata lebih besar dan jika pendapatan kecil maka keinginan atau peluang seseorang untuk berwisata juga kecil, dimana jumlah pendapatan yang dimiliki oleh seseorang membawa mereka untuk berkeinginan untuk melakukan kunjungan ke objek wisata, baik objek wisata yang dekat maupun objek wisata yang jauh sekalipun dari tempat tinggal mereka karena berwisata memberikan ketenangan dan kesenangan bagi seseorang yang berwisata (Hasanah, 2019).



### 2.1.9.2. Hubungan Variabel Fasilitas Dan Permintaan Pariwisata.

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. Permintaan akan wisata dipengaruhi pula oleh adanya akomodasi (penginapan) dan sektor lain seperti makanan, minuman, souvenir, pelayanan yang baik, photo, dan lain sebagainya (Yoeti, 2008).

Unsur yang menjadi daya tarik utama pariwisata ialah fasilitas dimana fasilitas merupakan bantuan yang diperlukan untuk pusat wisata. Untuk resor tepi laut, fasilitas seperti berenang, berperahu, berperahu pesiar, berselancar, dan fasilitas lain seperti menari, rekreasi dan hiburan penting untuk setiap pusat wisata (Ashoer, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuniati (2018) di Yogyakarta menemukan hasil penelitian bahwa faktor penentu seseorang melakukan perjalanan adalah fasilitas yang mendukung.



ntara satu faktor dengan faktor yang lain terdapat hubungan yang memengaruhi. Mempunyai waktu luang saja tidak cukup, karena

untuk berwisata perlu uang, meskipun tidak selalu dalam jumlah besar. Waktu luang dan uang juga belum menjamin munculnya permintaan wisata jika, misalnya, sarana untuk mewujudkan aktivitas wisata itu tidak tersedia. Jadi orang ingin berwisata, dalam arti bersedia untuk melakukan wisata, apabila mereka mempunyai waktu luang dan uang serta sarana yang tersedia berfungsi baik. Oleh sebab itu tidak ada variabel tunggal yang menciptakan kebutuhan atau permintaan berwisata (Ashoer, 2021). Di dukung oleh penelitian Dewanta (2015) bahwa ketersediaan fasilitas yang baik akan menentukan kenyamanan wisatawan selama berada di tempat wisata yang pada akhirnya akan meningkatkan frekuensi permintaan kunjungan.

### 2.1.9.3. Hubungan Variabel Biaya Perjalanan Dan Permintaan

#### Pariwisata

Biaya merupakan pertimbangan yang paling substantif untuk dipertimbangkan dalam mengambil keputusan berwisata. Hal ini akan berdampak pada penentuan bagaimana bentuk, tujuan, dan waktu berwisata, tipe penginapan, moda angkutan serta jasa lain yang digunakan. Berapa keseluruhan alokasi biaya yang tersedia atau perlu disiapkan agar kegiatan wisata itu memberikan hasil yang optimal? Berapa pengeluaran maksimal di daerah tujuan wisata pertimbangan-pertimbangan yang pelik tentang ini sering menjadi salah satu alasan untuk memilih destinasi wisata.



wisatawan pemula, biaya yang besar dapat menjadi beban berat, dan pilihan destinasi diberikan pada daerah yang nilai tukar mata uang sangat rendah. Sedikit berbeda dengan itu adalah wisatawan

berpengalaman yang lebih mengutamakan kepuasan dan pengalaman total wisata sebagai pertimbangan utama. Oleh sebab itu ketersediaan informasi yang akurat dan terbaru tentang perkembangan ekonomi dan finansial di daerah destinasi wisata sangat penting untuk memudahkan calon wisatawan menentukan biaya wisatanya (Ashoer, 2021).

Jumlah kunjungan rekreasi masyarakat ke obyek wisata dipengaruhi oleh biaya perjalanan yang terdiri dari biaya transportasi, akomodasi, dan biaya karcis masuk atau pungutan lainnya. Semakin besar biaya perjalanan maka semakin rendah kunjungan dari masyarakat tersebut (Darusman, 1991). Didukung oleh pernyataan Mateka (2013) bahwa kenaikan biaya perjalanan maka akan menurunkan jumlah permintaan objek wisata.

#### **2.1.9.4. Hubungan Variabel Waktu Luang Dan Permintaan Pariwisata**

Dalam melakukan permintaan pariwisata, ketersediaan waktu luang kembali memainkan peran penting. Betapa waktu luang (musim libur) menjadi salah satu faktor penentu besar kecilnya arus wisatawan. Wisatawan mancanegara secara umum cenderung lebih ketat dalam pengaturan waktu berwisata. Jauh sebelum keberangkatan mereka telah melakukan perencanaan perjalanan, mulai alokasi waktu perjalanan, kunjungan di objek wisata, jenis rekreasi yang akan dilakukan, dan sebagainya. Keterlambatan satu hari saja akan berisiko besar bagi keseluruhan agenda wisatanya, mulai dari penambahan biaya, pengurusan rjlanan, sampai ke penyesuaian jadwal kepulangan dengan





berbagai risiko. Oleh sebab itu mereka tidak toleran terhadap pengaturan waktu yang tidak tepat di daerah tujuan wisata (Ashoer, 2021).

Permintaan terjadi karena adanya ketersediaan waktu yang secara umum terjadi pengurangan waktu kerja. Dulu, waktu kerja disemua instansi pemerintah adalah enam hari. Sekarang dibanyak daerah telah berlaku lima hari kerja perminggu. Artinya, sisa yang dua hari libur menjadi waktu luang yang dapat digunakan untuk berlibur (Ashoer, 2021).

Kegiatan wisata hanya mungkin dilakukan ketika libur karena hari libur adalah waktu luang yang tersedia bagi para wisatawan, dimana waktu luang merupakan faktor yang mempengaruhi frekuensi berkunjung wisatawan, frekuensi yang dimaksud adalah frekuensi seberapa sering pengunjung datang ke objek wisata untuk berwisata. Sehingga tambahan waktu luang akan meningkatkan permintaan wisatawan terhadap objek wisata (Yanti, 2021).

#### **2.1.9.5. Hubungan Variabel Informasi Dan Permintaan Pariwisata**

Pada umumnya tiap orang dalam pengambilan keputusan berwisata juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu informasi yang diperoleh dari beberapa sumber, apakah dari brosur, iklan di TV, akan tetapi yang paling banyak pengaruhnya adalah dari teman-teman sekantor, sepengajian atau satu arisan, karena kalau tidak mencoba gengsi juga, khawatir dianggap tidak mengikuti trend, ketinggalan zaman, dan sebagainya (Yoeti, 2008).



Informasi merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui potensi wisata apa saja agar wisatawan bisa mempersiapkan perjalanan wisata (Pratama, 2016), seperti:

4. Website yang merupakan sebuah tempat di internet dimana setiap masing-masing individu bisa mendapatkan informasi sehingga siapa saja dapat melakukan browsing.
5. Brosur, merupakan salah satu media yang difungsikan sebagai pemberi informasi yang cukup banyak sehingga calon wisatawan yang membaca dapat mengerti apa yang ingin disampaikan oleh pihak yang menyampaikan informasi.
6. Baliho maupun banner ini merupakan salah satu media yang mempromosikan dengan menggunakan media yang berukuran besar atau kecil yang dipasang di tempat-tempat yang dapat dilihat oleh para calon pengunjung.

Informasi sebelum berkunjung merupakan sesuatu yang sangat penting untuk seseorang melakukan permintaan wisata didukung dengan penelitian Baiturrahman (2019) menyatakan bahwa informasi berhubungan positif terhadap permintaan pariwisata, ketika banyak informasi yang diterima maka wisatawan semakin tertarik untuk berwisata ditambahkan oleh ashoer (2021) ketersediaan informasi yang mutakhir tentang produk wisata disuatu daerah akan memudahkan orang melakukan pilihan untuk



a.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Indra (2020) yang berjudul Analisis permintaan wisatawan millennial terhadap objek wisata sungai koran melalui faktor sosioekonomi dan lokasi yang bertujuan untuk mengevaluasi program OSC dari sisi mekanisme mendapatkan beasiswa melalui program *online scholarsip competition* dan kendala yang dihadapi ketika menyaring para calon beasiswa dan manfaatnya sebagai bagian partisipasi pada visi generasi emas indonesia 2045. Penelitian ini menggunakan variabel umur, pendapatan, jarak dan biaya perjalanan. Dari hasil Penelitiannya mengemukakan bahwa variabel biaya perjalanan, umur, pendapatan dan jarak berpengaruh positif. Itu berarti bahwa peningkatan setiap 1 rupiah biaya perjalanan meningkatkan 1,541 kunjungan, peningkatan 1 rupiah pendapatan meningkatkan 6,638 kunjungan, peningkatan 1 tahun umur meningkatkan 0,034 kunjungan dan peningkatan 1 kilometer jarak akan meningkatkan 0,025 kunjungan. Hal tersebut memberikan pengertian pada kita bahwa pendapatan sangat mempengaruhi seseorang untuk melakukan kunjungan wisata.

Penelitian yang dilakukan Samsudin (2012). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai ekonomi serta faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar pengunjung membayar manfaat dari keberadaan Taman Nasional Bunaken. Penelitian ini menggunakan variabel biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain, jarak dan umur. Dari hasil Penelitiannya mengemukakan faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar seseorang ialah



sebagai berikut dengan hasil analisis variabel biaya perjalanan ke objek wisata taman bunaken berpengaruh signifikan sementara umur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar wisatawan. Hal tersebut memberikan pengertian pada kita bahwa wisatawan yang berumur tua ataupun muda tidak berkaitan dengan seseorang yang akan melakukan kunjungan wisata. Variabel independen lain dari penelitian ini seperti biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, jarak tidak berpengaruh terhadap kesediaan membayar objek wisata Taman Nasional Bunaken.

Penelitian yang dilakukan oleh Mateka (2013) dengan judul Analisis permintaan pengunjung objek wisata pantai balekambang kabupaten malang jawa timur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata pantai balekambang kabupaten malang jawa timur, objek wisata lain, umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan individu, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan terhadap objek wisata pantai balekambang kabupaten malang jawa timur dan mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dan kuantitatif dengan pengambilan data menggunakan studi kepustakaan, dokumentasi dan wawancara. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi, wawancara dan observasi.

Dari hasil regresi dijelaskan bahwa kenaikan variabel biaya perjalanan

satu persen akan menurunkan jumlah permintaan sebesar 0,431.

n variabel biaya wisata lain sebesar satu persen akan



meningkatkan jumlah permintaan sebesar 1,351. Kenaikan variabel umur sebesar satu persen akan mengurangi jumlah permintaan sebesar 0,041. Kenaikan variabel pendidikan terakhir sebesar satu persen akan akan menurunkan permintaan sebesar 0,108, kenaikan variabel waktu sebesar satu persen akan mengurangi jumlah permintaan sebesar 0,002, kenaikan satu persen pendapatan akan meningkatkan permintaan sebesar 0,396 jumlah permintaan, kenaikan variabel jarak akan menurunkan jumlah permintaan sebesar 0,042 dan kenaikan variabel pengalaman pengunjung akan meningkatkan jumlah permintaan sebesar 0.048. dengan nilai  $R^2$  sebesar 0.729 atau 72,9% dapat dijelaskan oleh variabel independen dan 21,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Penelitian yang dilakukan oleh Takele (2019) dengan judul international tourism demand and determinant factor analysis ethiopia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata internasional. Metode yang digunakan yaitu analisis longitudinal dan cross section dengan data panel dengan model regresi panel dinamis. Data dikumpulkan dari data base bank dunia, database PBB, database dana moneter internasional dan statistik kementerian kebudayaan dan pariwisata serta data primer dengan menggunakan kuesioner. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa variabel harga, biaya perjalanan, keterbukaan perdagangan, efek dari mulut

karakteristik sosio demografi seperti pendapatan rumah tangga, n status pekerjaan berpengaruh secara signifikan terhadap



permintaan pariwisata internasional di Eithopia. Sementara pendidikan dan jenis kelamin tidak signifikan terhadap permintaan pariwisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Lin (2020) dengan judul penentu konsumsi pariwisata rumah tangga china: bukti dari studi panel keluarga china. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendokumentasikan perubahan dalam masyarakat, ekonomi, populasi, pendidikan dan kesehatan. Model penelitian yang digunakan yaitu model heckman. Data dikumpulkan dari CFPS dari 25 provinsi/kota/daerah otonom, CFPS sebuah proyek survei sosial umum longitudinal nasional dengan pengumpulan data pada tiga tingkat yaitu individu, keluarga dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan variabel usia, jenis kelamin kepala rumah tangga, status perkawinan, pendidikan, status pekerjaan, asal, komposisi rumah tangga, jumlah anak dan jumlah anggota keluarga, pendapatan, jumlah utang, sarana transportasi, kesehatan dan tingkat kepercayaan, Dari hasil penelitian ditemukan bahwa variabel usia negatif dan signifikan, jenis kelamin kepala rumah tangga berpengaruh positif, status perkawinan tidak berpengaruh signifikan, pendidikan berpengaruh signifikan, status pekerjaan memiliki pengaruh negatif signifikan, asal wisatawan desa dan kota mempunyai perbedaan, komposisi rumah tangga berpengaruh negatif, jumlah anak dan jumlah anggota keluarga memiliki efek negatif dan tidak signifikan, pendapatan berpengaruh positif, sarana transportasi berpengaruh positif signifikan, kesehatan berpengaruh negatif dan tingkat



yaan berpengaruh positif terhadap permintaan wisatawan untuk an perjalanan wisata.

Penelitian yang dilakukan Faozen (2018) dengan judul analisis kunjungan wisata air terjun damar wulan di desa sumbersalak kabupaten jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh uang saku, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas wisata, keindahan alam, waktu luang, jarak tempuh terhadap kunjungan wisata. Penelitian ini menggunakan 125 sampel dengan metode nonprobability sampling. Data dianalisis dengan regresi linear berganda. Dari hasil Penelitiannya menunjukkan bahwa faktor variabel uang saku dan biaya perjalanan memiliki pengaruh positif dan signifikan sementara fasilitas berpengaruh negatif terhadap permintaan wisata dan variabel lama perjalanan, keindahan alam, waktu luang, jarak tempuh tidak berpengaruh terhadap permintaan wisata.

Penelitian yang dilakukan Baiturrahman (2019) dengan judul pengaruh harga, daya tarik wisata, aksesibilitas, informasi dan layanan sebelum berkunjung terhadap permintaan wisata pulau situ gantung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, daya tarik wisata, aksesibilitas, informasi dan layanan sebelum berkunjung terhadap permintaan wisata Pulau Situ Gantung. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif terhadap permintaan pariwisata di Pulau Situ Gantung.

Penelitian yang dilakukan Bakri (2007) dengan judul analisis faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap wisata alam bantimurung. Data



s dengan regresi linear berganda. Dari hasil Penelitiannya menunjukkan bahwa faktor pendapatan dan biaya perjalanan 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.

Penelitian yang dilakukan Nurbaeti (2021) dengan judul pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata danau cipondoh kota tangerang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata danau cipondoh kota tangerang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan dengan menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan SPSS 23. Dari hasil Penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Adanya pengaruh yang sangat signifikan daya tarik wisata (DTW) terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW) karena objek wisata Danau Cipondoh memiliki onisinility and natural beauty, variati, scarity, wholeness yang menjadi kan unsur yang penting dan motivasi para wisatawan untuk berkunjung pada obyek wisata yang mempunyai keterpaduan dengan sarana pariwisata. Adanya pengaruh yang sangat signifikan aksesibilitas (AKS) terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW) karena objek wisata Danau Cipondoh memiliki lokasi yang mudah dijangkau, kondisi jalan yang beraspal dan berbeton, jarak waktu tempuh sangat dekat dengan DKI Jakarta dan langerang Selatan. Adanya pengaruh



ngat signifikan harga (HRG) terhadap minat berkunjung wisatawan karena objek wisata Danau Cipondoh memiliki harga yang standar



dan terjangkau sehingga para Wisatawan berminat berkunjung untuk berkali-kali ke Danau Cipondon. Adanya pengaruh yang sangat signifikan fasilitas (FSLTS) terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW). Hal ini disebabkan karena objek wisata Danau Cipondoh telah memiliki fasilitas yang lengkap untuk wisatawan antara lain area parkir, mushola, toilet, tempat istirahat, warung makan, dan lain-lain. Didalam penelitian ini, variabel yang sangat besar berpengaruh signifikan dengan minat berkunjung Wisatawan (MBW) adalah harga.

Penelitian yang dilakukan Yanti (2021) dengan judul permintaan wisata kelompok pemuda ke kota bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari fungsi permintaan wisatawan di kota bandung. Variabel dalam penelitian ini antara lain pendapatan, jarak tempuh, waktu luang, tersedianya kendaraan dan tingkat kemacetan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner dengan menggunakan model analisis orderet logit. Dari hasil Penelitiannya menunjukkan bahwa kenaikan variabel pendapatan berpotensi menciptakan peluang sangat sering berkunjung ke tempat wisata. Variabel jarak tempuh yang berkurang 1 jam akan meningkatkan peluang sangat sering berkunjung, variabel waktu luang yang banyak tersedia akan meningkatkan seringnya berwisata, wisatawan yang memiliki kendaraan pribadi memiliki peluang besar untuk sangat sering berwisata dan kemacetan sebesar 1 jam mempengaruhi seringnya berkunjung ke tempat wisata.

