

**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 (Ciwar) 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 Ibuanda **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
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
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
BAB III METODE PENELITIAN	
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
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
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
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
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

Nomor		Halaman
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 ± 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 keletihan 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 komonikasi

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

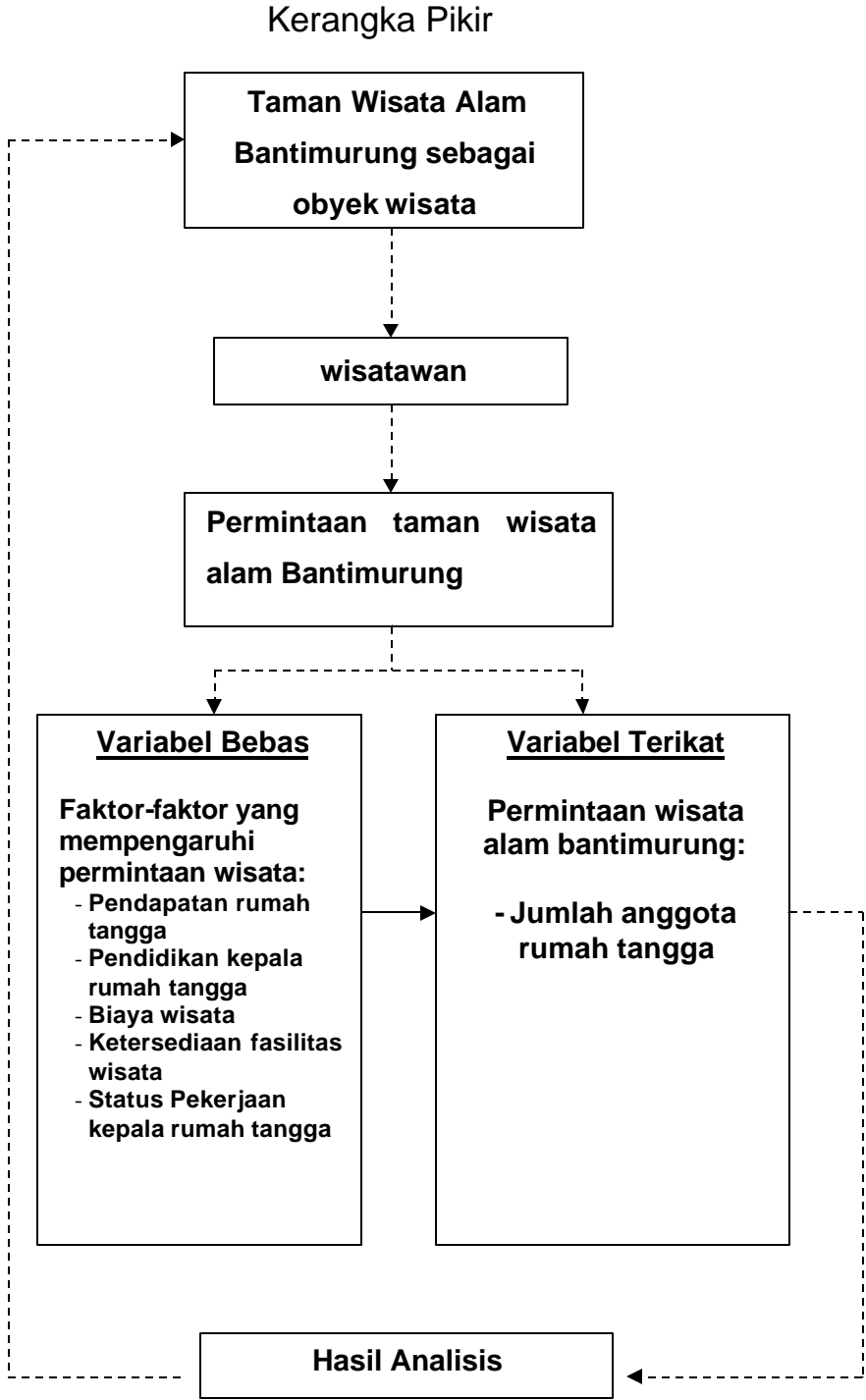
pengunjung untuk berwisata karena mereka ingin merasakan kepuasan dan mengharapkan kesan dari hasil kunjungan tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Yoeti (1993), bahwa permintaan akan wisata dipengaruhi pula oleh adanya akomodasi (penginapan) dan sektor lain seperti makanan, minuman, 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