

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN WISATA PANTAI DI KOTA MAKASSAR

MUHAMMAD PILARIQ DOKTRIN



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN WISATA PANTAI DI KOTA MAKASSAR

Sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

MUHAMMAD PILARIQ DOKTRIN

A11116507



kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI
ANALISIS PERMINTAAN WISATA PANTAI DI KOTA
MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD PILARIQ DOKTRIN

A11116507

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, Juli 2021

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Hasanuddin



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

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN WISATA PANTAI DI KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD PILARIQ DOKTRIN

A11116507

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **27 Oktober 2021**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM	Ketua	1. 
2.	Dr. Amanus Khalifah Fil'Ardy Yunus, SE., M.si	Sekretaris	2. 
3.	Dr. Madris, DPS., M.Si., CWM	Anggota	3. 
4.	Dr. Sabir, SE., CWM	Anggota	4. 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM

NIP 19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : **Muhammad Pilariq Doktrin**
Nomor Pokok : A11116507
Program Studi : **Ekonomi Pembangunan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis UNHAS**
Jenjang : **Sarjana (S1)**

Menyatakan dengan ini bahwa Skripsi dengan judul ***Analisis
Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar*** adalah karya saya
sendiri dan tidak melanggar hak Cipta pihak lain.

Apabila dikemudian hari Skripsi karya saya ini terbukti bahwa
sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang
saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain,
maka saya bersedia menerima sanksi.

Makassar, 17 November 2021

Yang Menyatakan



Muhammad Pilariq Doktrin

No. Pokok: A1116507

PRAKATA



-Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh-

Puji dan Syukur kehadiran Allah *Subhanahu wata'ala* atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-NYA sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tak lupa saya haturkan kepada Rasulullah Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa Sallam*, beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya yang tetap setia meniti jalannya sampai akhir zaman.

Skripsi dengan judul "ANALISIS PERMINTAAN WISATA PANTAI DI KOTA MAKASSAR" disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Saya menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak.

Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati saya menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat kedua orangtua tersayang dan tercinta, Ayahanda Ir. ARFAN DOKTRIN yang telah banyak mendukung, mendoakan, mendidik dan membesarkan saya dengan penuh keikhlasan, semoga ALLAH SWT senantiasa memberi kesehatan,

menjaga dan memuliakan beliau. Kepada Ibunda HERLINA ARFAN yang telah memberikan cinta dan kasih sayang, mendoakan dan membesarkan saya dengan penuh keikhlasan. Dan kepada seluruh keluarga besar yang tidak sempat saya sebutkan, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Ucapan terimakasih juga saya berikan kepada:

- Ibu Prof. Dr. Dwia Anies Tina, M.A selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.

- Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Prof. Dr. Hj. Mahlia Muis, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Prof. Dr. Hj.Haliah, SE., M.Si., Ak., CA. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan yang Bapak DR. H. Madris, SE., DPS., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima Kasih atas segala bantuan yang senantiasa diberikan hingga saya dapat menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Ekonomi.

- Bapak Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM selaku Ketua Departemen Ilmu Ekonomi. Terima Kasih atas segala bantuan yang senantiasa diberikan hingga saya dapat menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Ekonomi.

- Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya saya ucapkan kepada Bapak Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Amanus Khalifah Fil'ardiy Yunus, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas arahan, bimbingan, saran dan waktu yang telah diberikan kepada saya selama penyusunan skripsi ini serta permohonan maaf yang secara tidak sengaja melakukan kesalahan menyinggung perasaan Bapak. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kemudahan disegala urusan

Bapak.

- Bapak Dr. Madris, DPS., M.Si., CWM dan Bapak Dr. Sabir, SE., CWM selaku dosen penguji. Terima kasih telah memberikan motivasi dan saran untuk terus belajar dan berusaha untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya.

- Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan pengetahuan, arahan, bimbingan, dan nasihatnya kepada peneliti selama menuntut ilmu di Universitas Hasanuddin.

- Kepada Keluarga Besar UKM Pencinta Alam Equilibrium. Terima kasih karena telah menjadi rumah dan tempat berkembang bagi penulis selama berproses di kampus.

- Kepada teman-teman Navigasi (Yusran, Fauzan, Nunu, dan Wawan), Koordinat (Afiq, Mihraj, Ryan, Ruly, Pia, dan Ita), Kabut Malam (Asyraf, Falih, dan Dilah), Batu Licin (Fiqry), dan Mata Angin (Altaf) terima kasih atas segala supportnya selama di Green House. Meskipun lebih banyak bikin pusingnya.

- Kepada saudara Kendek dan Pablo terima kasih atas segala ide komedi dan candaannya. Semoga tetap bisa menghibur teman-teman yang lainnya dimanapun berada.

- Kepada saudara Tenry, Ulfa, Mila, Ayuk Ocil sebagai Pembimbing III. Terima kasih atas segala saran dan masukan selama proses penyusunan borang sampai prakata.

- Kepada SPHERE 2016 terima kasih telah menjadi wadah menyalurkan bakat komedi dan menemani penulis di kelas semester 1 sampai semester 5 (karena semester 6 sampai seterusnya sama angkatan 2017 dan 2018).

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

Makassar, 28 Februari 2022

Muhammad Pilariq Doktrin

ABSTRAK

ANALISIS PERMINTAAN WISATA PANTAI DI KOTA MAKASSAR

Muhammad Pilariq Doktrin
Sanusi Fattah
Amanus Khalifah Fil'Ardy Yunus

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan wisata pantai di Kota Makassar. Data penelitian diperoleh dari kuisioner serta hasil wawancara langsung terhadap pihak terkait. Variabel independen yang digunakan yaitu Umur, Jarak, Pendapatan Rumah Tangga, dan Biaya Perjalanan. Alat analisis yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda, uji F dan uji t statistik. Berdasarkan hasil pengujian, variabel umur dan pendapatan rumah tangga berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar. Variabel jarak dan biaya perjalanan memiliki hubungan negatif dan berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar.

Kata Kunci: Permintaan wisata pantai di Kota Makassar, Umur wisatawan, Jarak, Pendapatan rumah tangga, dan Biaya perjalanan.

ABSTRACT

DEMAND ANALYSIS OF BEACH TOURISM IN MAKASSAR CITY

Muhammad Pilariq Doktrin
Sanusi Fattah
Amanus Khalifah Fil'Ardy Yunus

This study aims to analyze the demand for coastal tourism in Makassar City. The research data was obtained from questionnaires and the results of direct interviews with related parties. The independent variables used are Age, Distance, Household Income, and Travel Costs. The analytical tools used include multiple linear regression analysis, F test and statistical t test. Based on the test results, the variables of age and household income have no significant effect on the demand for beach tourism in Makassar City. The variables of distance and travel costs have a negative relationship and have a significant effect on the demand for beach tourism in Makassar City

Keywords: Demand for beach tourism in Makassar City, age of tourists, distance, household income, and travel costs.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Permintaan Wisata	9
2.2 Dampak Ekonomi Pariwisata	13
2.3 <i>Travel Cost Method</i>	16
2.4 Hubungan Antar Variabel	17
2.4.1 Hubungan antara Umur dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar	17
2.4.2 Hubungan antara Jarak dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar	18
2.4.3 Hubungan antara Pendapatan Rumah Tangga dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar.....	18

2.4.4 Hubungan antara Biaya Perjalanan dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu	20
2.6 Kerangka Penelitian	26
2.7 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Lokasi Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5 Metode Analisis Data	32
3.6 Definisi Operasional Variabel	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Kota Makassar.....	36
4.1.2 Objek Wisata Pantai Tanjung Bayang	37
4.1.3 Objek Wisata Pantai Akkarena	38
4.1.4 Objek Wisata Pantai Losari	38
4.1.5 Objek Wisata Pulau Lae-Lae	39
4.1.6 Objek Wisata Pulau Kayangan	39
4.1.7 Objek Wisata Pulau Samalona	40
4.1.8 Objek Wisata Pulau Kodingareng Keke	41
4.2 Gambaran Umum Responden	41
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	42
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.3 Deskripsi Variabel.....	43
4.3.1 Umur	43
4.3.2 Jarak	44
4.3.3 Pendapatan Rumah Tangga.....	44
4.3.4 Biaya Perjalanan	44

4.4	Hasil Estimasi Penelitian	45
4.5	Analisis Hasil Penelitian.....	49
4.5.1	Pengaruh Umur terhadap Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar..	49
4.5.2	Pengaruh Jarak terhadap Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar 50	
4.5.3	Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga terhadap Permintaan Wisata Pantai di Kota Makasar.....	51
4.5.4	Pengaruh Biaya Perjalanan terhadap Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar.....	52
BAB V PENUTUP.....		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN.....		60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Distribusi Wisatawan ke Sulawesi Selatan Tahun 2011-2018.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu... ..	20
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	43
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.4 Analisis Hasil Regresi.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Penelitian.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Makassar terletak di pesisir pantai barat Sulawesi Selatan, memiliki garis pantai sepanjang 32 km dan areal seluas 175,77 kilometer persegi, serta terdiri dari 14 kecamatan dan 143 kelurahan. Diantara kecamatan tersebut, ada tujuh kecamatan yang berbatasan dengan pantai yaitu kecamatan Tamalate, Mariso, Wajo, Ujung Tanah, Tallo, Tamalanrea dan Biringkanaya.

Kota Makassar merupakan salah satu wilayah kota yang berada di Sulawesi Selatan, yang mempunyai potensi wisata yang tinggi. Keindahan wilayah pesisir merupakan salah satu daya tarik wisata yang patut diperhitungkan untuk dikunjungi. Objek dan daya tarik wisata yang ada di wilayah Kota Makassar dapat diklasifikasikan menjadi obyek wisata alam, budaya, dan buatan. Objek wisata alam di Kota Makassar terdiri dari pantai, hutan bakau, dan pulau. Sedangkan objek wisata budaya yang berupa peninggalan sejarah, berupa benteng peninggalan Belanda serta makam raja- raja. Adapun objek wisata buatan yaitu berupa wisata kolam renang, dan waduk. Objek dan daya tarik wisata di Kota Makassar tidak sepenuhnya dikelola oleh Pemerintah Kota Makassar tetapi oleh berbagai pihak seperti swasta dan swadaya masyarakat.

Sebagai pintu gerbang kawasan bagian timur Indonesia, Kota Makassar bisa dijadikan titik mula berwisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Beberapa destinasi Kota Makassar yang sudah banyak dikenal, seperti Pantai Losari

yang telah menjadi ikon Kota Makassar dan Benteng Fort Rotterdam. Selain Pantai Losari, ada banyak pantai-pantai yang menjadi destinasi andalan wisata bahari di Kota Makassar, seperti Pantai Akkarena, Pantai Tanjung Bayang, Pulau Lae-Lae, Pulau Kayangan, Pulau Samalona, dan Pulau Kodingareng Keke.

Selain sebagai salah satu sumber penerimaan devisa negara, sektor pariwisata juga mampu menciptakan kesempatan kerja dan adanya kemungkinan bagi masyarakat di daerah penerima wisatawan untuk meningkatkan tingkat pendapatan dan standar hidup. Disamping itu, industri pariwisata merupakan sektor ekonomi yang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat dibandingkan sektor ekonomi lainnya. Pengembangan sektor pariwisata menjadi kegiatan riil yang dapat mengurangi masalah kemiskinan dalam perekonomian.

Menjadi sektor strategis nasional, pariwisata mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktifitas pariwisata baik yang sifatnya langsung berupa penyerapan tenaga kerja di sektor pariwisata. Adanya pariwisata menimbulkan usaha-usaha ekonomi baik langsung maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti penginapan, rumah makan, jasa penukaran uang dan lain-lain sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat.

Efek positif akibat dari berkembangnya sektor pariwisata antara lain dapat membuka lapangan kerja, dibangunnya fasilitas infrastruktur yang lebih baik demi kenyamanan para wisatawan yang juga secara langsung dan tidak langsung bisa dipergunakan oleh penduduk lokal pula, mendapatkan devisa (*national balance payment*) melalui pertukaran mata uang asing (*foreign exchange*), mendorong seseorang untuk berwiraswasta, meningkatkan pendapatan masyarakat dan juga

pemerintah, memberikan keuntungan ekonomi kepada hotel dan restaurant, dan juga memiliki dampak ekonomi yang tidak langsung dapat dirasakan oleh pedagang-pedagang di pasar karena permintaan terhadap barang atau makanan akan bertambah (Evy, 2013).

Tabel 1.1 Jumlah Distribusi Wisatawan ke Sulawesi Selatan Tahun 2011-2018

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Jumlah Wisatawan Nusantara
2011	51.749	4.471.632
2012	64.601	4.871.926
2013	106.584	5.385.809
2014	151.763	5.920.528
2015	191.773	7.128.826
2016	234.249	8.426.868
2017	255.747	8.367.748
2018	263.293	8.393.024

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan

Dilihat dari data yang dirilis oleh Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan, bahwa secara akumulatif jumlah distribusi wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Selatan mengalami peningkatan. Ini tentunya secara tidak langsung ikut andil dalam kontribusi pendapatan daerah yang meningkat. Kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian dapat diidentifikasi melalui aktivitas wisatawan. Wisatawan yang datang menghabiskan sejumlah besar uang mulai dari pengeluaran transportasi hingga untuk membeli produk/jasa di daerah tujuan wisata, seperti akomodasi, makanan dan minuman, cenderamata, kegiatan rekreasi dan

sebagainya. Hal ini menghasilkan efek langsung pada bisnis dan ekonomi yang dapat diukur dari pendapatan upah tenaga kerja sektor pariwisata dan pajak yang dibayar oleh perusahaan pariwisata ke negara. Pada waktu bersamaan, bisnis pariwisata harus membeli barang dan jasa dari sektor lainnya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pengeluaran bisnis pariwisata itu merupakan efek tidak langsung pariwisata melalui pembelian input dari sektor lain yang kemudian berdampak juga pada penciptaan lapangan pekerjaan dan upah. Lebih lanjut, meningkatnya permintaan pada produk dan jasa pariwisata (akibat meningkatnya wisatawan yang datang) menarik investor untuk menanam modal di sektor pariwisata seperti investasi pembangunan hotel/penginapan, restoran, pembelian peralatan dan lain sebagainya. Investasi tersebut akan berpengaruh juga pada sektor lainya seperti sektor bangunan, listrik dan lain sebagainya.

Secara kumulatif selama lima tahun terakhir pada Tahun 2016 – 2020, jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang datang ke Indonesia mengalami peningkatan kecuali pada Tahun 2020 yang mengalami penurunan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2020).

Pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan potensial dan prioritas bagi pengembangan bagi sejumlah negara, terlebih negara berkembang seperti Indonesia. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada mendapat pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata. Mata rantai yang kegiatan yang terkait dengan sektor pariwisata tersebut mampu menghasilkan

devisa karena pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, dan lain-lain. Meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Wiyasa, 1997).

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata (Surya, 2015).

Sedangkan, variabel jarak yang dimaksud adalah perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang di selenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang di kunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Richard Sihite, 2000). Semakin dekat jarak antara tempat asal wisatawan menuju daerah tempat wisata, maka akan mempengaruhi meningkatnya kunjungan ke tempat wisata dan begitupun sebaliknya, jika jarak antara tempat asal wisatawan menuju daerah tempat wisata terbilang jauh, maka jumlah kunjungan ke tempat wisata cenderung menurun.

Kemudian adalah faktor pendapatan rumah tangga. Dalam teori ekonomi permintaan suatu barang merupakan fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut dan barang lainnya. Demikian juga halnya permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Stabler dan Sinclair,

2010). Pendapatan rumah tangga dapat berpengaruh pada permintaan wisata apabila pariwisata merupakan barang yang normal, maka jika pendapatan naik maka akan semakin banyak orang untuk melakukan kunjungan ke tempat- tempat wisata untuk berekreasi sehingga meningkatkan kunjungan ke tempat wisata. Sebaliknya, apabila pendapatan rumah tangga rendah, maka kecenderungan untuk bersiwata akan semakin rendah.

Dan yang terakhir adalah variabel biaya perjalanan. Menurut Yoeti (2008) wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan (*tourist expenditures*) seperti biaya transportasi (*transportations*), biaya makan dan minum selama berkunjung (*food and beverages*), biaya menginap (*accomodations*), biaya belanja (*purchases*) dan keperluan lain-lain (*others*). Dalam penelitian terdapat variabel-variabel yang digunakan dalam biaya perjalanan ke objek wisata seperti biaya transportasi, konsumsi, akomodasi, tiket masuk, dokumentasi dan biaya lain yang tidak terduga.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti apakah faktor-faktor di atas dapat mempengaruhi permintaan wisata pantai di Kota Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumus masalah dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Apakah umur berpengaruh terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar?
2. Apakah jarak berpengaruh terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar?

3. Apakah pendapatan rumah tangga berpengaruh terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar?
4. Apakah biaya perjalanan berpengaruh terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh umur terhadap permintaan wisata wisata pantai di Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh jarak dari rumah menuju tempat wisata terhadap permintaan wisata wisata pantai di Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan rumah tangga terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar.

1.4 Tujuan Penelitian

Penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Pemerintah dan para pihak yang terkait dalam menentukan kebijakan pengembangan sektor pariwisata dan melakukan perbaikan sarana dan prasarana wisata dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.
2. Bagi pengelola wisata, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi

pertimbangan pengelolaan wisata yang lebih baik di masa yang akan datang.

3. Bagi akademisi, sebagai bahan tambahan dan rujukan untuk penelitian- penelitian selanjutnya.
4. Bagi penulis sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana di Universitas Hasanuddin.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Permintaan Wisata

Menurut Nopirin (2000), istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu bagian hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Menurut Gilarso (2001), permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Sedangkan menurut Sukirno (2005), hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, dan sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hal tersebut disebabkan karena hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, dengan asumsi hal lain tetap atau *ceteris paribus* (Samuelson, 1997).

Menurut Sukirno (2005), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan selain harga barang itu sendiri adalah harga barang lain, pendapatan, dan faktor lainnya. Kenaikan dari harga barang lain akan memperbesar atau justru

memperkecil permintaan masyarakat akan suatu barang, tergantung apakah barang lain itu ada keterkaitan dengan barang tersebut. Selanjutnya, pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. Perubahan pendapatan akan menimbulkan permintaan berbagai jenis barang. Dan terakhir adalah faktor – faktor lain yang berupa distribusi pendapatan, ekspektasi mengenai keadaan masa depan, dan jumlah penduduk.

Menurut Wahab (1995), pariwisata adalah suatu perjalanan wisata yang tidak dikaitkan dengan keperluan atau maksud lain selain mengisi waktu luang dalam mengisi masa liburan. Pengertian yang dikemukakan tersebut merupakan pengertian pariwisata murni sedangkan dalam pengertian modern, pariwisata adalah suatu perjalanan termasuk perjalanan pariwisata. Pendapat ini muncul dari pemikiran bahwa sebagian orang mengaitkan perjalanan dinas dengan perjalanan pariwisata, dengan asumsi bahwa setelah urusan dinas selesai maka sebagian waktunya digunakan untuk menyaksikan objek dan atraksi wisata ditempat yang dikunjungi sehingga muncul istilah business tourist. Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di negara penerima wisatawan.

Sedangkan menurut Lundberg (1995), pariwisata sebagai sebuah konsep dapat dilihat dari perspektif yang berbeda. Pariwisata adalah kegiatan di mana orang terlibat dalam perjalanan jauh dari rumah terutama untuk bisnis atau kesenangan. Lundberg juga berpendapat bahwa pariwisata adalah bisnis menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan dan melibatkan setiap pengeluaran yang dikeluarkan oleh atau untuk pengunjung untuk perjalanannya.

Spillane (1987) beranggapan bahwa pariwisata sebagai sebuah industri tidak seperti industri manufaktur umumnya, industri pariwisata tidak berdiri sendiri karena industri pariwisata lebih bersifat tidak berwujud. Unsur-unsur yang mendukung pariwisata sebagai industri adalah daya tarik, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan keramahtamahan.

Menurut Yoeti (2008), secara umum industri pariwisata dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan yang bebas digunakan untuk berwisata, besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk, keadaan masyarakat, motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, dan adanya insentif yang diberikan untuk berwisata. Selain itu terdapat juga faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus pariwisata seperti harga, daya tarik wisata, kemudahan berkunjung, informasi, layanan sebelum kunjungan, dan citra tempat.

McIntosh (1972) mengemukakan empat hal mengapa orang melakukan perjalanan wisata, yaitu motivasi fisik, motivasi kultural, motivasi personal, dan motivasi status. Motivasi fisik berarti orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mengembalikan keadaan fisik yang sudah lelah karena bekerja, perlu beristirahat dan bersantai, melakukan kegiatan olahraga, agar kembali semangat ketika masuk kerja. Motivasi kultural adalah orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mengembalikan keadaan fisik yang sudah lelah karena bekerja, perlu beristirahat dan bersantai, melakukan kegiatan olahraga, agar kembali semangat ketika masuk kerja.

Sedangkan motivasi personal adalah orang-orang ingin melakukan perjalanan wisata karena ada keinginan untuk mengunjungi sanak keluarga atau teman yang sudah lama tidak bertemu. Dan yang terakhir motivasi status adalah orang-orang

tertentu yang beranggapan dengan melakukan perjalanan wisata dapat meningkatkan status dan prestise keluarga, menunjukkan mereka memiliki kemampuan dibandingkan dengan orang lain.

Mulyana (2009) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja.

Menurut Sinclair dan Stabler (1997), permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian, perorangan (individu), usaha kecil menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah. Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya bagi wisatawan. Dalam ilmu ekonomi kebutuhan-kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti udara segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal itu tidak berlaku dalam industri pariwisata, justru barang-barang yang termasuk free goods ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan (Yoeti, 2008).

Menurut Yoeti (2008), permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu.

Berbeda dengan permintaan terhadap barang dan jasa pada umumnya, permintaan industri pariwisata memiliki karakter sendiri, beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata menurut Yoeti (2008) yaitu sangat dipengaruhi oleh musim, terpusat pada tempat-tempat tertentu, tergantung pada besar kecilnya pendapatan, bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah, tergantung tersedianya waktu senggang, tergantung teknologi transportasi, jumlah orang dalam keluarga, dan terakhir adalah aksesibilitas.

Daerah tujuan wisata timbul dan tenggelam tergantung bagaimana persepsi pasar melihatnya. Oleh karena itu, walaupun hukum permintaan dan penawaran menggunakan asumsi bahwa segala sesuatu harus tetap sama untuk berlakunya hukum itu, dalam kenyataan bisnis tidaklah tetap sama. Pengaruh eksternal dalam suatu jasa yang ditawarkan selalu ada. Faktor-faktor yang ikut bermain dalam suatu keputusan kemana berlibur termasuk kampanye pemasaran dari suatu lokasi dan cerita dari mulut ke mulut.

Para ekonom suka mengelompokkan barang dan jasa ke dalam barang yang lebih disukai (*preferred goods or services*) dan kurang disukai (*non-preferred*). Pariwisata dipandang sebagai suatu jasa yang sangat disukai (*a preferred superior services*), karena lebih banyak dilakukan jika pendapatan lebih tinggi. Permintaan untuk pengalaman berwisata meningkat lebih cepat daripada pendapatan. menentukan biaya produk, melainkan eksklusivitas dan gengsi. Makin tinggi biaya suatu pengalaman atau produk, maka semakin diinginkan sampai suatu titik.

2.2 Dampak Ekonomi Pariwisata

Menurut Frechtling (1987), dampak ekonomi pariwisata alam adalah manfaat atau kontribusi produk wisata berbasis alam terhadap ekonomi suatu wilayah.

Dampak tersebut dapat berupa penerimaan dari penjualan produk wisata (tiket masuk taman nasional, hotel, *campground*, restoran, atraksi, transportasi dan retail), pendapatan masyarakat, peluang pekerjaan, dan penerimaan pemerintah dari pajak dan retribusi.

Ketika pariwisata alam mulai dikembangkan, pertimbangan awal yang menjadi perhatian utama adalah memastikan bahwa aktivitas tersebut akan berdampak bagi masyarakat lokal. Dampak ekonomi yang dihasilkan oleh sektor pariwisata umumnya diukur dari keseluruhan pengeluaran pengunjung untuk keperluan akomodasi, konsumsi, perjalanan, dokumentasi dan keperluan lainnya. Jumlah dari seluruh pengeluaran itu diestimasi dari jumlah total hari kunjungan dari pengunjung dan juga pengeluaran rata-rata per hari dari pengunjung.

Analisis dampak ekonomi kegiatan pariwisata umumnya berfokus pada perubahan penjualan, penghasilan dan penempatan tenaga kerja yang terjadi akibat kegiatan pariwisata. Pada dasarnya analisis dampak ekonomi pariwisata menelusuri aliran uang dari belanja wisatawan, yaitu kalangan usaha dan badan-badan pemerintah selaku penerima pengeluaran wisatawan, selanjutnya bidang usaha lainnya selaku pemasok (*supplier*) barang dan jasa kepada usaha pariwisata, kemudian rumah tangga selaku penerima penghasilan dari pekerjaan di bidang pariwisata dan industri penunjangnya, dan terakhir pemerintah melalui berbagai pajak dan pungutan resmi dari wisatawan, usaha dan rumah tangga.

Menurut Stynes et al. (2000), pengaruh total pariwisata terhadap ekonomi wilayah merupakan penjumlahan dari dampak langsung (*direct effects*), dampak tidak langsung (*indirect effects*) dan dampak ikutan (*induced effects*). Dampak

langsung selanjutnya lebih dikenal sebagai dampak primer, sedangkan dampak tidak langsung dan ikutan biasanya disebut dengan dampak sekunder. Dampak primer atau langsung adalah perubahan jumlah penjualan, pendapatan, pekerjaan dan penerimaan pada usaha penerima awal/pertama pembelanjaan pengunjung, misalnya kenaikan jumlah wisatawan yang menginap di hotel-hotel akan langsung menghasilkan kenaikan penjualan di sektor perhotelan. Tambahan penjualan yang diterima hotel-hotel dan perubahan pembayaran yang dilakukan hotel-hotel untuk upah dan gaji karyawan, pajak dan kebutuhan barang dan jasa. Terdapat dua jenis pengaruh sekunder, yaitu dampak tidak langsung dan dampak ikutan. Dampak tidak langsung adalah perubahan jumlah penjualan, pendapatan, pekerjaan dan penerimaan di sektor-sektor yang mensuplai barang dan jasa kepada komponen usaha penerima awal/pertama pembelanjaan pengunjung. Sedangkan dampak ikutan adalah perubahan dalam aktivitas ekonomi wilayah yang dihasilkan oleh pembelanjaan rumah tangga. Rumah tangga membelanjakan pendapatannya yang bersumber dari upah atau gaji diberbagai komponen usaha yang dipengaruhi oleh keberadaan pariwisata.

Menurut Murphy (1987), ukuran multiplier merupakan komponen penting dalam memperkirakan dampak ekonomi pariwisata bagi masyarakat, karena merefleksikan seberapa besar pengaruh dari setiap pembelanjaan pengunjung berada di dalam sistem ekonomi wilayah sebelum mengalami kebocoran. Efek pengganda uang terus sampai akhirnya 'kebocoran' dari ekonomi melalui pembelian barang dari negara lain (*import*). Kebocoran ekonomi dari pengeluaran wisatawan dimulai sebelum wisatawan mencapai daerah tujuan. Kebocoran ekonomi dari pariwisata mungkin digambarkan sebagai jumlah pendapatan yang gagal didapat di sistem ekonomi

daerah tujuan wisata, dari total pengeluaran wisatawan. Faktor-faktor yang mungkin meningkatkan tingkat kebocoran ekonomi, dan mengurangi keuntungan ekonomi dari pariwisata untuk masyarakat lokal diantaranya termasuk tingkat kepemilikan asing dari industri pariwisata serta pembagian hasil kepada pemegang saham yang tinggal di luar daerah tersebut, makanan dan minuman yang berasal dari luar daerah tujuan wisata.

2.3 Travel Cost Method

Pada dasarnya sebuah tempat wisata tidak memiliki nilai pasar yang pasti, sehingga penilaian tempat wisata dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan. Menurut Sahlan (2008), metode biaya perjalanan (*travel cost method*) tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan informasi tentang berapa besar jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang dihabiskan untuk mencapai tempat wisata, hal ini berfungsi untuk mengukur dan mengestimasi seberapa besar nilai benefit yang diperoleh dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi.

Sedangkan menurut Salma dan Indah (2004), pendekatan biaya perjalanan (*travel cost method*) adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata, yang hal tersebut merupakan harga untuk akses ke tempat wisata tersebut. Metode pendekatan biaya perjalanan ini biasa digunakan untuk menggambarkan permintaan sumber daya alam dan pelayanan jasa yang berkaitan dengan daerah wisata (*recreational sites*). Contohnya seperti daerah taman ekologi, margasatwa, pemancingan dan perburuan, panorama alam, dan lain sebagainya. Metode ini digunakan untuk meneliti perilaku perjalanan (*travel behavior*) yang

dipakai sebagai bahan untuk mengevaluasi kesediaan individu dalam mengeluarkan uangnya untuk mengunjungi tempat wisata tersebut, yang tentunya juga para wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut datang dari berbagai jarak yang berbeda.

Lebih lanjut lagi Maulani (2001) menjelaskan bahwa metode biaya perjalanan ini kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap wisata di alam terbuka (*outdoor recreation*) seperti pantai, tempat memancing, berburu, pendakian, dan lain sebagainya. Secara pokok metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan oleh tiap individu dalam rangka mengunjungi tempat- tempat wisata tersebut. Sedangkan biaya tersebut merupakan akumulasi dari biaya transportasi, biaya dokumentasi, biaya konsumsi selama berrekreasi di tempat wisata, ditambah lagi dengan biaya parkir, dan biaya lainnya yang termasuk dalam kegiatan rekreasi dalam satu kali kunjungan.

2.4 Hubungan Antar Variabel

Untuk menjelaskan variabel-variabel peneliti akan menghubungkan variabel-variabel dengan teori-teori yang ada, antara lain sebagai berikut:

2.4.1 Hubungan antara Umur dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata (Surya, 2015).

Hipotesis alternatif ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yuwana (2010). Dimana variabel umur berpengaruh negatif terhadap permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara.

2.4.2 Hubungan antara Jarak dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar

Hubungan jarak tempat tinggal terhadap permintaan wisata terutama tempat wisata tersebut memiliki jarak yang jauh. Perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang di kunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Richard Sihite, 2000). Semakin dekat jarak antara tempat asal wisatawan menuju daerah tempat wisata, maka akan mempengaruhi meningkatnya kunjungan ke tempat wisata dan begitupun sebaliknya.

Hipotesis alternatif ini sesuai yang dikemukakan oleh Spillane (2004), jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan perjalanan wisata. Semakin jauh jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai.

2.4.3 Hubungan antara Pendapatan Rumah Tangga dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar

Dalam teori ekonomi permintaan suatu barang merupakan fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut dan barang lainnya. Demikian juga halnya

permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Stabler dan Sinclair, 2010). Pendapatan rumah tangga dapat berpengaruh pada permintaan wisata apabila pariwisata merupakan barang yang normal, maka jika pendapatan naik maka akan semakin banyak orang untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi sehingga meningkatkan kunjungan ke tempat wisata. Sebaliknya, apabila pendapatan rumah tangga rendah, maka kecenderungan untuk bersiwata akan semakin rendah.

Hipotesis alternatif ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Novrani Anastachia (2014). Dimana variabel pendapatan memiliki hubungan signifikan terhadap permintaan wisatawan nusantara Objek Wisata Taman Nasional Karimunjawa.

2.4.4 Hubungan antara Biaya Perjalanan dan Permintaan Wisata Pantai di Kota Makassar

Oka A. Yoeti (2008) mengemukakan bahwa wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan (*tourist expenditures*) seperti biaya transportasi (*transportations*), biaya makan dan minum selama berkunjung (*food and beverages*), biaya menginap (*accomodations*), biaya belanja (*purchases*) dan keperluan lain-lain. Dalam penelitian terdapat variabel-variabel yang digunakan dalam biaya perjalanan ke objek wisata seperti biaya transportasi, konsumsi, akomodasi, tiket masuk, dokumentasi dan biaya lain yang tidak terduga.

Hipotesis alternatif ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Trismawati (2018). Dimana variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap permintaan

Kunjungan Objek Wisata Taman Purbakala Taman Batu Pake Gojeng di Kabupaten Sinjai.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini terkait dengan variabel permintaan pariwisata, dan dampak ekonomi terhadap wisata. Hal ini berguna untuk mengetahui hasil dari penelitian terdahulu, perbandingan dan gambaran yang dapat digunakan sebagai pendukung penelitian yang akan dilakukan saat ini. Dibawah ini beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis (Tahun)	Hasil Penelitian
1	Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Taman Nasional Karimunjawa	Novrani Anasthacia (2014)	Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dan lama perjalanan, berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan objek wisata sedangkan variabel biaya perjalanan, pendapatan individu, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat dan keindahan alam Laut Karimunjawa menunjukkan

			<p>pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan objek wisata.</p> <p>Variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (P.Kartini), fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam Laut Karimunjawa, sedangkan variabel pendapatan, lama perjalanan, jarak, dan umur tidak signifikan mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa.</p>
2	<p>Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara</p>	<p>Deva Millian Satria Yuwana (2010)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima variabel independen dalam persamaan regresi, dua diantaranya tidak signifikan yaitu variabel umur dan variabel jarak. Hal ini dilihat dari probabilitas signifikansi yang jauh dibawah tingkat signifikansi yang sebesar 0,05 sehingga dapat</p>

			<p>disimpulkan bahwa variabel jumlah kunjungan objek wisata Dataran Tinggi Dieng secara parsial dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan pengunjung menuju objek wisata lain (Baturaden) dan variabel penghasilan rata-rata per bulan.</p>
3	<p>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng Kabupaten Sinjai</p>	<p>Trismawati (2018)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan tiga variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan ke Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng yaitu biaya perjalanan, pendapatan, dan pengalaman berkunjung sebelumnya ke Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng. Sedangkan umur, pendidikan dan waktu kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan</p>

			<p>Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng Kabupaten Sinjai. Surplus konsumen sebesar Rp 99.503,96 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh konsumen yaitu pengunjung Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng Kabupaten Sinjai masih jauh diatas harga pengeluaran rata-rata sebesar Rp. 42.713,13 per satu kali kunjungan. Untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka nilai surplus konsumen per individu per tahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2017. Sehingga, diperoleh nilai total ekonomi Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng sebesar Rp. 1.950.022.176.</p>
4	Analisis Permintaan	Atin Baoa	Skripsi ini menganalisis

	<p>Wisatawan Mancanegara Berwisata Di Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir</p>	<p>Rorizki Hutasoit (2014)</p>	<p>determinan lama menginap wisatawan mancanegara yang berlibur di Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir yang merupakan salah satu tujuan utama pariwisata internasional di Indonesia. Pemodelan empiris dilakukan dengan Ordinary Least Squares (OLS) dan menggunakan data primer melalui kuesioner 100 sampel wisatawan mancanegara pada bulan April 2014. Meningkatnya biaya liburan, kualitas akomodasi dan infrastruktur mendorong peningkatan lama tinggal wisatawan yang signifikan. Naiknya biaya liburan di destinasi lain menjadi pelengkap bagi wisatawan mancanegara yang suka bertualang di Indonesia, meski tidak secara signifikan mengurangi lama tinggal di</p>
--	---	--	---

			<p>Tuktuk Siadong. Tingkat pendapatan tidak secara signifikan meningkatkan permintaan wisatawan internasional, tetapi keindahan dan ketenangan alam memberikan kesenangan bagi wisatawan internasional berlibur di Tuktuk Siadong.</p>
5	<p>Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir</p>	<p>Anthony Fransisko Siallagan (2011)</p>	<p>Diketahui bahwa variabel biaya perjalanan, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas-fasilitas dan karakteristik masyarakat berhubungan negatif sedangkan pendapatan individu dan keindahan alam Danau Toba berhubungan positif terhadap jumlah permintaan objek wisata. Variabel yang berpengaruh signifikan adalah pendapatan individu, lama perjalanan, waktu luang dan keindahan alam Danau Toba, sedangkan variabel yang</p>

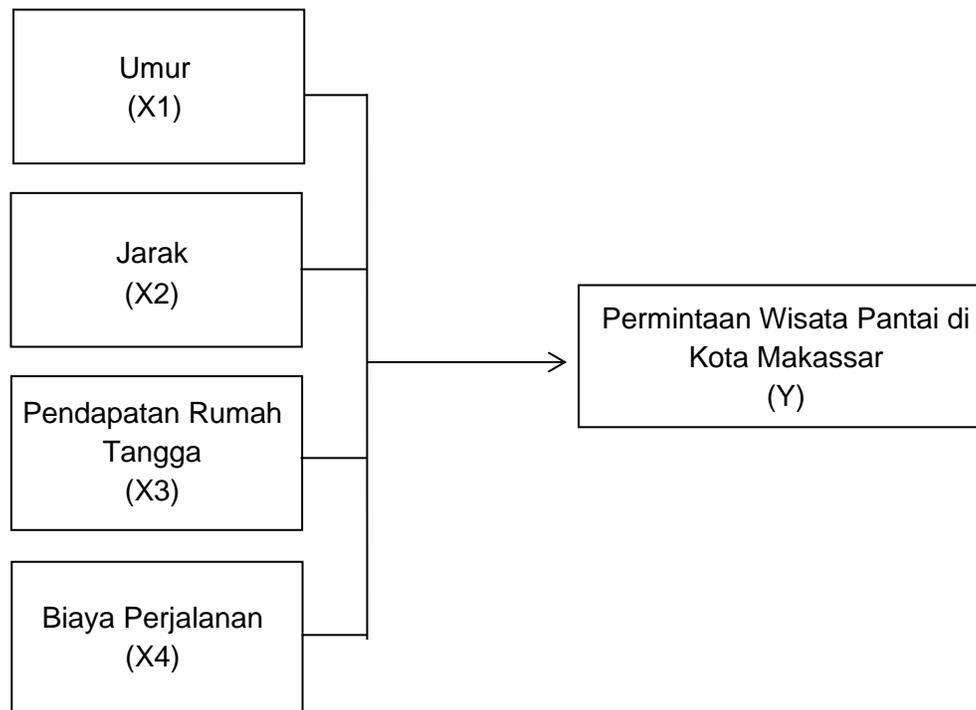
			tidak berpengaruh signifikan yaitu biaya perjalanan, fasilitas-fasilitas dan karakteristik masyarakat.
--	--	--	--

Penelitian-penelitian terdahulu pada intinya membahas hal yang hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun penelitian yang dimaksud adalah mengenai permintaan wisata objek tertentu beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian ini dilakukan pada tujuh objek wisata pantai yang ada di Kota Makasar.

2.6 Kerangka Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata pantai di Kota Makassar maka akan diukur dengan variabel- variabel penelitian seperti umur, jarak, pendapatan rumah tangga, dan biaya perjalanan.

Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalan penelitian terhadap permasalahan yang akan dibahas. Untuk memperjelas hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Adapun variabel yang digunakan adalah, umur, jarak, pendapatan rumah tangga, dan biaya perjalanan. Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata (Surya, 2015).

Sedangkan, variabel jarak yang dimaksud adalah perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang di selenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang di kunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Richard Sihite ,2000). Semakin dekat

jarak antara tempat asal wisatawan menuju daerah tempat wisata, maka akan mempengaruhi meningkatnya kunjungan ke tempat wisata dan begitupun sebaliknya.

Kemudian adalah variabel pendapatan rumah tangga. Dalam teori ekonomi permintaan suatu barang merupakan fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut dan barang lainnya. Demikian juga halnya permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Stabler dan Sinclair, 2010). Pendapatan rumah tangga dapat berpengaruh pada permintaan wisata apabila pariwisata merupakan barang yang normal, maka jika pendapatan naik maka akan semakin banyak orang untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi sehingga meningkatkan kunjungan ke tempat wisata. Sebaliknya apabila pendapatan rumah tangga rendah, maka kecenderungan untuk berwisata akan semakin rendah.

Dan yang terakhir adalah biaya perjalanan. Oka A. Yoeti (2008) mengemukakan bahwa wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan (*tourist expenditures*) seperti biaya transportasi (*transportations*), biaya makan dan minum selama berkunjung (*food and beverages*), biaya menginap (*accomodations*), biaya belanja (*purchases*) dan keperluan lain-lain (*others*). Dalam penelitian terdapat variabel-variabel yang digunakan dalam biaya perjalanan ke objek wisata seperti biaya transportasi, konsumsi, akomodasi, tiket masuk, dokumentasi dan biaya lain yang tidak terduga.

2.7 Hipotesis Penelitian

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

1. Diduga variabel umur berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar.
2. Diduga variabel jarak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar.
3. Diduga variabel pendapatan rumah tangga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar.
4. Diduga variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan wisata pantai di Kota Makassar.