

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN DAN NILAI
EKONOMI PADA OBJEK WISATA HUTAN PINUS MALINO
KABUPATEN GOWA**

ALIFIA WULANDARI

A011181036



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

2022

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN DAN NILAI
EKONOMI PADA OBJEK WISATA HUTAN PINUS MALINO
KABUPATEN GOWA**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

ALIFIA WULANDARI

A011181036



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

202

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN DAN NILAI
EKONOMI PADA OBJEK WISATA HUTAN PINUS MALINO**

KABUPATEN GOWA

Disusun dan diajukan oleh

ALIFIA WULANDARI

A011181036

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal 22 November 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Pembimbing I

Pembimbing II

Fitriwati Djam'an, S.E., M.Si.

NIP. 19800821 200501 2 002

Dr. Munawwarah S. Mubarak, S.E., M.Si.

NIP. 19871109 201404 2 001

**Kepala Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Hasanuddin**



Dr. Sabir, SE., M.Si., CWM®

NIP. 197407155 200212 1 003

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN DAN NILAI
EKONOMI PADA OBJEK WISATA HUTAN PINUS MALINO**

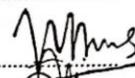
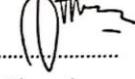
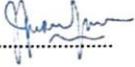
KABUPATEN GOWA

Disusun dan diajukan oleh

ALIFIA WULANDARI

A011181036

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal 22 November 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

NO	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Fitriwati Djam'an, S.E., M.Si	Ketua	1..... 
2.	Dr. Munawwarah S. Mubarak, S.E., M.Si	Sekretaris	2..... 
3.	Dr. Anas Iswanto Anwar, S.E., MA., CWM®	Anggota	3..... 
4.	Dr. Inraswati T.A. Reviane, S.E., MA., CWM®	Anggota	4..... 

**Kepala Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Hasanuddin**



Dr. Sabir, SE., M.Si., CWM®

NIP.197407155 200212 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : **Alifia Wuandari**

Nomor Pokok : A011181036

Program Studi : Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UNHAS

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa skripsi dengan judul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN DAN NILAI EKONOMI PADA OBJEK WISATA HUTAN PINUS MALINO KABUPATEN GOWA** 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, 22 November 2022

Yang Menyatakan



Alifia Wuandari

NIM : A011181036

PRAKATA

-Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh-

Syukur Alhamdulillah kita panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kasih sayang, kesehatan, serta karunia-Nya. Salawat serta salam tak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan dan Nilai Ekonomi pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa ”.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan tingkat strata satu (S1) pada Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesalahan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT atas nikmat kesehatan, kesempatan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan amanah perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rahman Kadir, S.E., M.Si., CIPM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin beserta seluruh jajarannya.
3. Bapak Dr. Sabir, SE., M.Si., CMW® Selaku Ketua Departemen Ilmu

Ekonomi. Terima kasih atas segala bantuan yang senantiasa diberikan hingga peneliti dapat menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Ekonomi.

4. Dosen Pembimbing 1 yaitu Ibu Fitriwati Djam'an, S.E., M.Si., dan Dosen Pembimbing II yaitu Ibu Dr. Munawwarah S. Mubarak, S.E., M.Si. yang telah banyak membantu penulis berupa bimbingan, arahan, masukan, ilmu dan pengalaman pada penulis selama berjalannya penelitian ini.
5. Dosen Penguji yaitu Dr. Anas Iswanto Anwar, S.E., M.A., CWM® dan Ibu Dr. Indraswati Tri Abdi Reviane, S.E., M.A., CWM®. yang telah banyak memberi masukan saran untuk penelitian ini.
6. Bapak Dr. Ir. Muhammad Jibril Tojibu, S.E., M.Si., selaku Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan arahan serta nasehat kepada penulis selama menempuh pendidikan di Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan, bimbingan, dan nasihat kepada peneliti selama menuntut ilmu di Universitas Hasanuddin.
8. Segenap Pegawai Akademik, Kemahasiswaan terkhusus Pak Rahim, Pak Malik, Pak Masse, Pegawai Perpustakaan E-Library Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan studi. Terima kasih terkhusus untuk Pak Aspar dan Pak Iwan yang telah banyak membantu peneliti dalam menjalani proses perkuliahan hingga dalam proses penyelesaian penelitian ini.
9. Kedua orang tua penulis, Opu tercinta Tuan Baso Andi Arifin dan istri tercinta Nyonya Hasmia, yang telah membuat saya bangkit dari

kesedihan dan kegagalan. Selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, nasihat, cinta, perhatian, dan kasih sayang.

10. Terima kasih kepada 100 responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi sampel dalam penelitian ini.
11. Keluarga besar “Hatija Squad” yang telah memberi dukungan dan doa kepada penulis.
12. Sahabat terbaik penulis “Princesss”, Mutiah Nurul Khatmi, S.E., dan Dhea Nanda, S.E. yang dengan harapan bisa terus bersama untuk saling menyemangati, mendukung, membela, dan selalu berada di pihak penulis suka maupun duka, benar maupun salah. Semoga persahabatan kami akan tetap terjalin selamanya.
13. Sahabat tersayang penulis “TTS Gengs” saudari Asnita, S.E., dan Nurfadila, S.E., yang dalam pengerjaan skripsi selalu ada dalam seluruh tugas-tugas yang diberikan, kebersamaan canda tawa, suka duka yang kita rasakan dalam cerita perjuangan menuju S.E., semoga persahabatan kami akan tetap terjalin selamanya.
14. Anak-anak bodoh “Lantern 2018” teman seperjuangan sedari MABA sampai dengan saat-saat terakhir berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan kenangan dan cerita semasa menjadi mahasiswa.
15. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi (HIMAJIE) sebagai wadah peneliti untuk berkembang. Semoga penulis terus bisa berkarya.
16. Teman-teman serta keluarga besar UKM PA EQUILIBRIUM yang telah memberikan banyak kenangan dan membuat hari-hari penulis menjadi berwarna serta menjadi tempat ternyaman untuk pulang.

17. Teman-teman KKN Gelombang 106 (2021), khususnya Posko 4 Wilayah Palopo yang selalu membuat saya tertawa dan memberi dukungan serta semangat bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
18. “ Jamkrindo Cabang Palopo” atas ilmu dan kesempatan penulis untuk menambah wawasan dan pengalaman kerja. Khususnya “Cecan” yang telah membuat cerita manis selama penulis magang, semoga bisa dipertemukan kembali dalam kebersamaan di cerita kehidupan selanjutnya.
19. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu atas kesedihan dan kebahagiaan yang pernah dilalui.
20. Dan untuk diri sendiri yang telah sabar dan kuat melewati semua ujian sampai dengan detik ini. Kamu hebat.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa Skripsi yang sangat sederhana ini tentunya masih jauh dari kesempurnaan sebagai sebuah karya ilmiah. Olehkarena itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Aamiin Yaa Rabbal Aalamiin. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 22 November 2022

Penulis,



Alifia Wulandari

ABSTRAK

FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN DAN NILAI EKONOMI PADA IBJEK WISATA HUTAN PINUS MALINO KABUPATEN GOWA

Alifia Wulandari
Fitriwati Djam'an
Munawwarah S. Mubarak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh pendapatan, biaya perjalanan, jumlah anggota keluarga, umur, dan tingkat pendidikan terhadap jumlah permintaan objek wisata pada Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa dan untuk mengestimasi nilai ekonomi Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa melalui metode biaya perjalanan individu.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowadengen sampel sejumlah 100 responden yang diambil dengan teknik *Random Sampling*. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan estimasi nilai ekonomi.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel yang memengaruhi permintaan jumlah kunjungan wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa adalah biaya perjalanan, jumlah anggota keluarga, dan tingkat pendidikan. Nilai ekonomi objek wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa mencapai Rp. 141.973.098.410.

Kata Kunci : Jumlah Kunjungan Wisatawan, Hutan Pinus Malino, Pendapatan, Biaya Perjalanan, Jumlah Anggota Keluarga, Umur, Tingkat Pendidikan, Nilai Ekonomi.

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING DEMAND AND ECONOMIC VALUE IN TOURISM OBJECTS IN THE MALINO PINUS FOREST, GOWA DISTRICT

Alifia Wulandari
Fitriwati Djam'an
Munawwarah S. Mubarak

This study aims to identify the effect of income, travel costs, number of family members, age, and education level on the number of requests for tourist objects in the Malino Pine Forest, Gowa Regency and to estimate the economic value of the Malino Pine Forest, Gowa Regency through the individual travel cost method.

The population in this study were tourists from the Malino Pine Forest, Gowa Regency, with a sample of 100 respondents taken using the Random Sampling technique. The approach in this study uses a quantitative approach. The analytical tool used is multiple linear regression and economic value estimation.

The results of this study indicate that the variables that influence the demand for the number of tourist visits to the Malino Pine Forest in Gowa Regency are travel costs, number of family members, and level of education. The economic value of the Malino Pine Forest tourist attraction in Gowa Regency reaches Rp. 141,973,098,410.

Keywords: Number of Tourist Visits, Malino Pine Forest, Income, Travel Expenses, Number of Family Members, Age, Education Level, Economic Value.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN LEMBAR KEASLIAN.....	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	x
ABSTRACK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Permintaan	11
2.1.1 Teori Permintaan.....	11
2.1.2 Permintaan Wisata.....	15
2.2 Pariwisata.....	18
2.3 Wisatawan	19

2.4	Dampak Ekonomi Pariwisata	21
2.5	<i>Travel Cost Method</i>	22
2.6	Pendapatan	25
2.7	Jumlah Anggota Keluarga (<i>Family Size</i>)	27
2.8	Umur	28
2.9	Tingkat Pendidikan	29
2.10	Valuasi Ekonomi	30
2.11	Hubungan Antar Variabel	32
	2.11.1 Hubungan Antara Pendapatan Individu dan Permintaan Wisata	32
	2.11.2 Hubungan Antara Biaya Perjalanan dan Permintaan Wisata	33
	2.11.3 Hubungan Antara Jumlah Anggota Keluarga dan Permintaan Wisata	33
	2.11.4 Hubungan Antara Umur dan Permintaan Wisata	34
	2.11.5 Hubungan Antara Tingkat Pendidikan dan Permintaan Wisata	34
2.12	Penelitian Terdahulu	35
2.13	Kerangka Pemikiran	38
2.14	Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Lokasi Penelitian	42
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	Metode Analisis Data	43
3.6	Definisi Operasional Variabel	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	49

4.1.1 Kabupaten Gowa.....	49
4.1.2 Kecamatan Tinggimoncong	50
4.1.3 Sejarah Kawasan Wisata Malino	51
4.2 Gambaran Umum Responden	53
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Umur	54
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.3 Hasil Estimasi Penelitian.....	56
4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	61
4.4.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Wisata Pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa	61
4.4.2 Pengaruh Biaya Perjalanan Terhadap Permintaan Wisata Pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.....	62
4.4.3 Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Permintaan Wisata Pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa	64
4.4.4 Pengaruh Umur Terhadap Permintaan Wisata Pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.....	65
4.4.5 Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Permintaan Wisata Pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.....	66
4.5 Valuasi Ekonomi.....	67
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2016 – 2021.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Bulan Juli-September Tahun 2022.....	4
Tabel 1,3 Realisasi Penerimaan PAD Kabupaten Gowa Januari – Desember 2021.....	6
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4.3 Profil responden berdasarkan Pendidikan terakhir.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Gowa.....	50
Gambar 4.2 Peta Administrasi Kecamatan Tinggi Moncong.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia telah menjadi sektor strategis dalam sistem perekonomian nasional yang memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara. Sebagai sektor strategis nasional, pariwisata mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktifitas pariwisata baik yang sifatnya langsung berupa penyerapan tenaga kerja disektor pariwisata maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti penginapan, rumah makan, jasa penukaran uang dan lain-lain. Manfaat yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap sistem perekonomian daerah tujuan wisata. Di samping itu pariwisata sebagai suatu sistem yang telah berkembang menjadi suatu aktifitas industri yang mampu menggerakkan sektor-sektor ekonomi daerah.

Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik (Spillane, 2004:14), sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan objek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang

menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, provinsi maupun daerah. Industri tersebut secara langsung memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial dan budaya (Gegel, 2006).

Dalam upaya pengembangan kepariwisataan, (Schmoll dalam Yoeti, 2006), mengatakan bahwa industri pariwisata sesungguhnya tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan serangkaian perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang berbeda satu dengan lainnya. Di dalamnya terdapat berbagai faktor penentu, seperti produk wisata yang unik, adanya promosi (komunikasi pemasaran) yang lancar dan kontinyu kepada pasar sasaran, serta memahami motivasi perjalanan wisatawan dan sebagainya. Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia di dalam mencari sesuatu yang belum diketahui, menjelajahi wilayah baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapatkan perjalanan baru, Sedangkan wisatawan adalah orang-orang yang melakukan perjalanan, yang bersifat sementara dengan tujuan mendapatkan kesenangan, berlibur atau istirahat dan bukan untuk bekerja yang menghasilkan upah atau bayaran, (Pitana, dkk. 2005).

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan belanjanya, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan (*Tourism Final Demand*) pasar barang dan jasa. Selanjutnya *Final Demand* wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (*Investment Derived Demand*) untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan

barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran dan lain- lain (Spillane, 2004:20).

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah sangat mendukung bagi berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia.

Kabupaten Gowa berada pada $12^{\circ} 38.16'$ Bujur Timur dari Jakarta dan $5^{\circ}33.6'$ Bujur Timur dari Kutub Utara. Sedangkan letak wilayah administrasinya antara $12^{\circ}33.19'$ hingga $13^{\circ}15.17'$ Bujur Timur dan $5^{\circ}5'$ hingga $5^{\circ}34.7'$ Lintang Selatan dari Jakarta. Kabupaten yang berada pada bagian selatan Provinsi Sulawesi Selatan ini berbatasan dengan 7 kabupaten/kota lain, yaitu di sebelah Utara berbatasan dengan Kota Makassar dan Kabupaten Maros. Di sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Sinjai, Bulukumba, dan Bantaeng. Di sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Takalar dan Jeneponto sedangkan di bagian Barat berbatasan dengan Kota Makassar dan Takalar.

Luas wilayah Kabupaten Gowa adalah 1.883,33 km² atau sama dengan 3,01% dari luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Wilayah Kabupaten Gowa terbagi dalam 18 Kecamatan dengan jumlah Desa/Kelurahan definitif sebanyak 167 dan 726 Dusun atau Lingkungan. Wilayah Kabupaten Gowa sebagian besar berupa dataran tinggi berbukit-bukit, yaitu sekitar 72,26% yang meliputi 9 kecamatan yakni Kecamatan Parangloe, Manuju, Tinggimoncong, Tombolo Pao, Parigi, Bungaya, Bontolempangan, Tompobulu dan Biringbulu, selebihnya 27,74%

berupa dataran rendah dengan topografi tanah yang datar meliputi 9 Kecamatan yakni Kecamatan Somba Opu, Bontomarannu, Pattallassang, Pallangga, Barombong, Bajeng, Bajeng Barat, Bontonompo dan Bontonompo Selatan.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Gowa Tahun 2016-2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2016	177405	3538	180988
2017	196135	3082	199217
2018	211251	3302	214553
2019	284225	3462	287687
2020	42792	170	42967
2021	230281	225	230506

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Gowa Bulan Juli, Agustus, dan September Tahun 2022

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara	Jumlah Kunjungan Wisatawan
Juli	19.621	72	19.693
Agustus	24.956	68	25.024
September	31.593	173	31.766
Total	76.170	313	76483

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan

Letak Kabupaten Gowa yang berbatasan langsung dengan Ibukota Provinsi

Sulawesi Selatan yaitu Kota Makassar dengan jarak tempuh yang tidak begitu lama menjadikan baik objek wisata alam maupun buatan yang ada di Kabupaten Gowa dapat dengan mudah dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun asing.

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah pengunjung wisatawan nusantara dan mancanegara dari tahun 2016-2021 di Kabupaten Gowa berfluktuasi dan menurun drastis di tahun 2020 sebagai dampak dari Covid-19. Akan tetapi, secara keseluruhan jumlah pengunjung wisatawan di Kabupaten Gowa terus mengalami peningkatan dari tahun 2016-2021.

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah pengunjung wisatawan nusantara dan mancanegara dari bulan Juli-September 2022 di Kabupaten Gowa secara keseluruhan jumlah pengunjung wisatawan di Kabupaten Gowa terus mengalami peningkatan.

Beragamnya jenis wisata di Kabupaten Gowa bisa jadi dapat memberikan kontribusi terhadap pemasukan penerimaan daerah di Kabupaten Gowa sebab dengan dikelola dan dikembangkannya pariwisata ini tentu akan memberikan dampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat, salah satu diantaranya adalah dampak pariwisata terhadap pendapatan pemerintah. Sehingga kegiatan pariwisata ini merupakan salah satu sektor yang dapat berperan dalam proses pembangunan dan pengembangan wilayah yaitu dalam memberikan kontribusi bagi pendapatan pemerintah daerah maupun masyarakat.

Tabel 1.3 Realisasi Penerimaan PAD Januari - Desember 2021
(Dalam Rupiah)

Objek pajak/retribusi	Rel. Tempat Penginapan	Rel. Air terjun takapala	Rel. hutan pinus malino	Rel. tempat rekreasi bili-bili	Rel. musium balla lompoa	Rel. makam syekh yusuf
Target	235,000,000	25,000,000	50,000,000	50,000,000	15,000,000	10,000,000
BBulan	Januari	0	1,500,000	402,000	0	0
	Februari	17,650,000	1,398,000	5,400,000	0	0
	Maret	11,500,000	1,500,000	3,300,000	0	0
	April	1,350,000	4,200,000	2,400,000	0	600,000
	Mei	5,715,000	3,600,000	12,000,000	5,100,000	0
	Juni	17,050,000	5,400,000	12,600,000	7,200,000	400,000
	Juli	13,000,000	2,100,000	3,312,000	4,200,000	0
	Agustus	500,000	1,200,000	900,000	2,400,000	534.000
	September	20000000	4.200.000	5.400.000	420.0000	0
	Oktober	5,600,000	3,900,000	6,400,000	5,100,000	800,000
	November	11,500,000	1,500,000	7,200,000	4,500,000	600,000
	Desember	56,250,000	3,300,000	3,600,000	3,900,000	650,000
Total	160,115,000	33,796,000	64,914,000	36,600,000	3,594,000	7,844,000

Sumber : *Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataa Sulawesi Selatan*

Salah satu kawasan wisata yang sering dikunjungi oleh para wisatawan lokal maupun mancanegara di Kabupaten Gowa adalah Hutan Pinus Malino yang terletak di Kelurahan Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa. Wisata Hutan Pinus Malino ini mempunyai luas ± 3.500 Ha, wisata ini memiliki kesejukan alami dan terdapat didalamnya penyewaan kuda. Hal inilah yang menjadi daya tarik wisata dan menjadi trend upaya pemanfaatan yang diyakini mampu menjaga kelestarian alam. Dengan adanya Wisata Hutan Pinus Malino dapat memberikan peluang kepada masyarakat yang ada di sekitar kawasan. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya masyarakat yang melibatkan diri secara langsung dalam kegiatan wisata. Keterlibatan masyarakat tersebut dapat membantu meningkatkan perekonomiannya. Beberapa diantaranya sebagai pedagang dan jenis usaha

lainnya yaitu Kontribusi perorang, Flaying Fox pencucian mobil, penyewaan kuda. Wisatawan atau pengunjung dapat membeli barang dagangan sesuai minat yang dimiliki, serta keperluan dalam melakukan wisata.

Adapun faktor yang memengaruhi permintaan objek wisata hutan pinus malino di Kabupaten Gowa adalah pendapatan individu, biaya perjalanan, jumlah anggota keluarga, umur, dan tingkat pendidikan. Pendapatan individu menurut Lipsey (1997) bahwa semakin besar selisih dari pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan, maka semakin besar kemampuan wisatawan untuk melakukan peningkatan konsumsinya. Konsumsi dapat berupa keinginan untuk melakukan kunjungan wisata, sehingga semakin besar pendapatan wisatawan, maka kunjungan wisatawan semakin meningkat.

Selanjutnya, faktor 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.

Kemudian, faktor jumlah anggota keluarga sangat mempengaruhi permintaan wisata. Semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak pula jumlah tanggungan yang dimiliki, sehingga *budget* untuk berwisata ke tempat yang biayanya relatif murah lebih rasional dibanding berwisata ke tempat yang membutuhkan biaya yang besar. Sebaliknya jika jumlah anggota keluarganya kecil, maka tanggungan yang dimiliki juga kecil. Sehingga *budget* untuk berwisata juga akan lebih besar. Berdasarkan teori ekonomi pariwisata bahwa jumlah

keluarga sebagai faktor khusus yang menentukan permintaan daerah wisata .

Faktor lain yang menentukan seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi termasuk keputusan untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatannya untuk digunakan mengunjungi tempat-tempat wisata adalah umur. Umur berkaitan dengan kemampuan fisik responden untuk melakukan suatu kunjungan. Jadi secara tidak langsung umur akan turut mempengaruhi besarnya permintaan terhadap suatu objek wisata.

Selain itu, adalah tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi juga akan memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan suatu kunjungan. Karena hal ini akan meningkatkan keinginan orang untuk melihat dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru mengenai masyarakat dan tempat-tempat yang ingin dikunjunginya.

Penaksiran nilai ekonomi suatu objek wisata diperlukan untuk mengetahui apakah selama ini kegiatan wisata yang dilakukan di objek wisata tersebut memberikan manfaat terhadap individu yang mengunjungi lokasi wisata tersebut. Metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*) merupakan metode yang umumnya digunakan untuk mengukur nilai ekonomi suatu kawasan wisata. Metode ini menduga nilai ekonomi sebuah kawasan wisata berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat terhadap kenikmatan yang tidak ternilai (dalam rupiah) dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata, baik itu *opportunity cost* maupun biaya langsung yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, konsumsi, makanan, minuman, hotel (Raharjo, 2002). Dengan adanya penaksiran nilai ekonomi Objek Wisata Hutan Pinus Malino, hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan pengambilan kebijakan dalam rangka pengembangan dan pengelolaan Objek Wisata Hutan Pinus Malino di waktu yang akan datang.

Dengan dikembangkannya industri pariwisata akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata. Semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata, secara tidak langsung akan berdampak pada pendapatan masyarakat sekitar daerah wisata. Dampak dari pengembangan pariwisata yaitu meningkatnya keterkaitan antara industri pariwisata dan industri lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan dan Nilai Ekonomi pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pendapatan individu berpengaruh terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa?
2. Apakah biaya perjalanan berpengaruh terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa?
3. Apakah jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa?
4. Apakah umur berpengaruh terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa?
5. Apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan individu terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan terhadap permintaan

objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa

3. Untuk mengetahui pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa
4. Untuk mengetahui pengaruh umur terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa
5. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan terhadap permintaan objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi pemerintah daerah asal dari penelitian ini bisa menjadi masukan atau acuan bagi pemerintah terkait dalam mengoptimalkan potensi-potensi wisata yang ada di objek wisata Hutan Pinus Malino di Kabupaten Gowa dalam usaha meningkatkan pendapatan daerah.
2. Pengelola wisata, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan pengelolaan wisata yang lebih baik di masa yang akan datang.
3. Bagi akademisi, sebagai bahan rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
4. Bagi penulis sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana di Universitas Hasanuddin.

BAB II

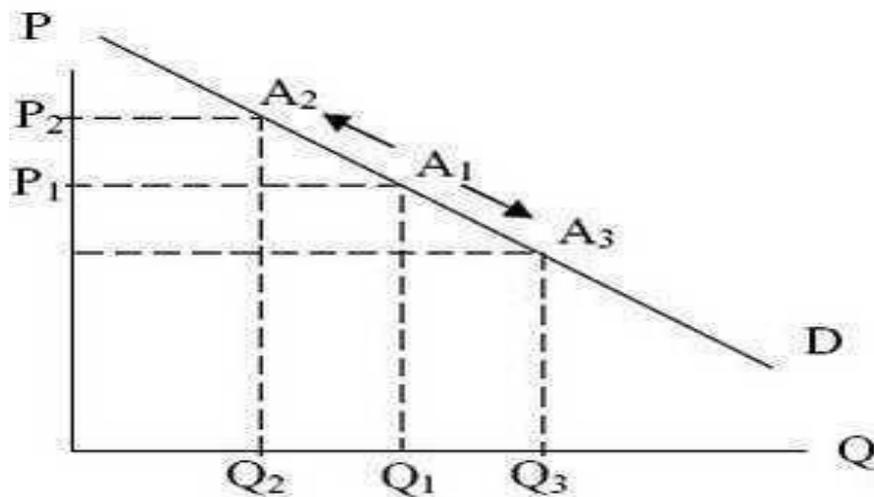
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Permintaan

2.1.1 Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu (Daniel, 2001). Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam menganalisa permintaan perlu dibedakan antara permintaan dan jumlah barang yang diminta. Permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta merupakan banyaknya permintaan pada tingkat harga tertentu. Hubungan antara jumlah permintaan dan harga ini menimbulkan adanya hukum permintaan. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan atas barang tersebut, begitupun sebaliknya (Sukirno, 1994). Berdasarkan ciri hubungan antara jumlah yang diminta dan harga dapat dilihat pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1
Kurva Permintaan



Sumber : Mankiw 2000

Barang normal, pada harga yang sama bertambahnya pendapatan konsumen dan meratanya pendapatan bisa menyebabkan meningkatnya permintaan. Dengan demikian, kurva permintaan barang yang arahnya negatif ini akan bergeser ke kanan, dengan syarat *ceteris paribus*. Sebaliknya untuk barang inferior, bertambahnya pendapatan justru mengakibatkan berkurangnya permintaan. Ini berarti dengan naiknya pendapatan, kurva permintaan akan bergeser ke kiri, *ceteris paribus*. Untuk barang netral, bertambah atau berkurangnya pendapatan tidak akan mempengaruhi fungsi permintaan. Barang-barang normal, seperti kacang kedelai, pakaian, dan sebagainya, selalu mengikuti hukum permintaan yang menyatakan bahwa makin tinggi harga, makin berkurang permintaan, atau sebaliknya. Sedangkan pada barang netral, seperti garam, tinggi rendahnya harga tidak akan (sedikit sekali) mempengaruhi fluktuasi. Sebab, walaupun harga turun, orang tidak akan menambah konsumsi. Begitu juga sebaliknya bila harga naik, konsumen tidak bisa mengurangi kebutuhannya akan garam, kecuali bagi konsumen yang mengalami penyakit tertentu. (Daniel, M.,2001).

Menurut Sukirno (1994) ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan, yaitu :

1. Pendapatan konsumen

Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan atas permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan sifat perubahan permintaan yang akan berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai jenis barang dapat dibedakan menjadi dua golongan, yaitu:

1.1. Barang normal, yaitu barang yang mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu, permintaannya akan mengalami kenaikan jika pendapatan konsumen bertambah, yaitu : penambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang-barang, dan konsumen dapat menukar konsumsinya dari barang yang kurang baik mutunya ke barang-barang yang lebih baik.

1.2. Barang inferior, yaitu barang yang banyak diminta oleh masyarakat yang berpendapatan rendah. Jika pendapatan bertambah, maka permintaan barang-barang inferior berkurang. Konsumen yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantinya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya.

2. Jumlah penduduk

Pertambahan jumlah penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan bertambahnya permintaan. Akan tetapi biasanya

pertambahan penduduk akan diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan, sehingga menambah daya beli masyarakat. Penambahan ini akan menambah jumlah permintaan.

3. Harga barang yang lain

Berkaitan diantara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnyadapat dibedakan menjadi tiga golongan barang, yaitu :

- 3.1. Barang substitusi (pengganti), yaitu barang yang menggantikan baranglainnya, jika barang tersebut dapat menggantikan fungsinya. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.
- 3.2. Barang komplementer (pelengkap), yaitu barang yang dikonsumsi bersama-sama atau berpasangan. Kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang dilengkapinya. Jika permintaan barang yang dilengkapi naik, maka permintaan barang pelengkap juga naik.
- 3.3. Barang netral (barang yang tidak berkaitan), yaitu barang yang tidak memiliki kaitan yang rapat. Perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya.

4. Selera konsumen

Semakin tinggi selera konsumen terhadap suatu barang, semakin banyak barang yang diminta. Selera konsumen dapat dinyatakan dalam indeks preferensi konsumen. Indeks ini dapat diperbaharui setiap saat

dengan dasar survei mengenai tingkah laku konsumen terhadap barang yang bersangkutan.

5. Ramalan mengenai masa datang

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan di masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi di masa datang akan mendorong untuk lebih banyak membeli di masa sekarang.

Salah satu faktor yang menyebabkan meningkatnya permintaan atas pariwisata yaitu bertambahnya jumlah penduduk dan perubahan perilaku konsumen. Disamping itu adanya kenaikan jumlah pendapatan mengakibatkan konsumen cenderung untuk meningkatkan pola konsumsinya.

Faktor lain yang menentukan bertambahnya jumlah permintaan adalah harga dari komoditas pariwisata tersebut serta harga barang substitusi dan harga barang komplementer.

2.1.2 Permintaan Wisata

Permintaan sesuatu barang dan jasa akan meningkat karena barang dan jasa tersebut mempunyai nilai guna walaupun harga daripada barang dan jasa relatif besar. Berdasarkan konsep ini, permintaan sesuatu barang bukan saja dipengaruhi oleh 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 menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga.

Suatu komoditas dihasilkan produsen karena dibutuhkan oleh konsumen dan karena konsumen bersedia membelinya. Konsumen atau menjual komoditas-

komoditas yang mereka perlukan itu bila harganya "sesuai" dengan keinginan mereka dan bila komoditas tersebut berguna baginya.

Beberapa formulasi permintaan konsumen digambarkan sebagai 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.

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

Selanjutnya menurut Said (1998), bahwa jumlah barang atau jasa yang mampu dibeli oleh para pelanggan selama periode tertentu berdasarkan sekelompok kondisi tertentu. 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. Beberapa faktor tersebut, seperti yang sangat sulit untuk sekaligus menganalisis terhadap permintaan suatu barang. Oleh karena itu dalam membicarakan mengenai teori permintaan, para ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana untuk menganalisa permintaan suatu barang dan harga barang, harus diterapkan asumsi bahwa faktor-faktor lain tetap.

Permintaan pariwisata dipengaruhi oleh faktor-faktor kenaikan pendapatan, waktu luang, peningkatan mobilitas, kedekatan budaya dan fisik lokasi rekreasi, pengaruh promosi dan stabilitas keamanan negara (Yoeti, 2006),

sehingga Matheison dkk. (1982), mendefinisikan permintaan pariwisata merupakan sejumlah orang bepergian atau menginginkan perjalanan atau menggunakan fasilitas pariwisata atau mendapatkan pelayanan pada tempat-tempat di tempat daerah tujuan wisata (DTW). Dari sudut pandang kuantitatif, cukup masuk akal untuk berasumsi bahwa semakin besar jumlah penduduk negara sumber wisatawan, semakin banyak tentunya jumlah wisatawan yang akan bepergian, seandainya faktor-faktor lain seperti kelebihan pendapatan, situasi politik tetap stabil. Tetapi ditinjau dari segi daerah tujuan wisata, faktor-faktor seperti jarak dekatnya dan faktor kemudahan pencapaian (*accessibility*) tetap akan berpengaruh, Permintaan pariwisata terdiri atas tiga komponen, yakni: 1) permintaan yang efektif atau aktual, adalah jumlah sebenarnya peserta pariwisata, mereka yang sesungguhnya melakukan perjalanan. Hal ini merupakan bagian permintaan yang sangat menurun dan mudah diukur dan kebanyakan statistik pariwisata merupakan permintaan yang efektif, 2) permintaan tersamar, yaitu masyarakat yang tidak bepergian untuk beberapa alasan permintaan tersamar dapat dibedakan menjadi dua yakni; a) permintaan potensial mengarah pada mereka yang akan bepergian pada beberapa hari mendatang, jika mereka mengalami keadaan perubahan, b) jika dikarenakan terjadi perubahan lingkungan, seperti faktor keamanan, cuaca, iklim, dan isu terorisme. 3) tidak ada permintaan tergolong bagi mereka yang tidak menginginkan bepergian.

Permintaan sebagai konsumen dalam industri pariwisata 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,

Kusdianto (1996).

Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian yaitu perorangan (individu), usaha kecil menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah (Sinclair and Stabler, 1997).

Data vital yang dapat dijadikan indikator permintaan wisatawan akan suatu daerah wisata adalah (Melnish dan Goeldner, 1986 dalam Putik, 2008).

1. Jumlah atau kuantitas wisatawan yang datang.
2. Alat transportasi apa saja yang digunakan sehubungan dengan kedatangan wisatawan tersebut.
3. Berapa lama waktu tinggalnya dan berapa jumlah uang yang dikeluarkan.

2.2 Pariwisata

Pengertian pariwisata dalam perkembangannya mengalami sebuah proses pergeseran definisi dari konvensional sampai definisi modern yang saat ini sering dipakai secara konvensional adalah perjalanan yang dilakukan yang tidak dikaitkan dengan maksud-maksud lain kecuali hanya untuk mengisi waktu-waktu luang masa liburan.

Menurut Spillane (1989) dalam Irma dan Indah (2004) pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendatangkan kesenangan, mencari kepuasan, mencari sesuatu dan memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Sementara menurut Keputusan Menteri Dalam Negeri (Kepmendagri) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok sebagai usaha untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensional budaya, alam, dan ilmu yang sifatnya

sementara.

Menurut Sirsang dalam Budisusetio (2004), pariwisata adalah kegiatan yang tidak sekedar untuk bersenang-senang atau melakukan perjalanan dan melepaskan diri dari rutinitas kerja namun selain itu dalam kegiatan tersebut juga terkandung banyak unsur marginalisasi terhadap pihak lemah melalui berbagai cara mulai dari yang bersifat *soft*, misalnya kerja sama manajemen internasional dan pinjaman dana investasi sampai pada penggusuran dan sebagainya.

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 *bussiness tourist*. Menurut Wahab (1995), pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di negara penerima wisatawan.

2.3 Wisatawan

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-Undang nomor 10 tahun 2009). Jadi menurut pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi.

Pacific Area Travel Association memberi batasan bahwa wisatawan sebagai orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negeri yang bukan negeri di mana biasanya ia tinggal, mereka ini meliputi:

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi atau untuk keperluan Kesehatan.
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bisnis, pertemuan, konferensi, musyawarah atau sebagai utusan berbagai badan/organisasi.
3. Pejabat pemerintahan dan militer beserta keluarganya yang ditempatkan di negara lain tidak termasuk kategori ini, tetapi bila mereka mengadakan perjalanan ke negeri lain, maka dapat digolongkan wisatawan.

Menurut Pendit (1994:38), wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi:

1. Wisatawan Internasional (*Mancanegara*) adalah orang yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya dan wisatawan didalam negerinya.
2. Wisatawan Nasional (*Domestic*) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang- kurangnya 24 jam atau menginap kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi Pendit (1994:39).

2.4 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 atau pertama pembelanjaan pengunjung, misalnya kenaikan jumlah wisatawan yang menginap di hotel akan langsung menghasilkan kenaikan penjualan di sektor perhotelan. Tambahan penjualan yang diterima pihak hotel dan perubahan pembayaran yang dilakukan 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 atau 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.

2.5 *Travel Cost Method*

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut tentu menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut.

Permintaan yang dimaksud tersebut adalah permintaan efektifnya yang dibarengi dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000).

Maulani (2001) menjelaskan bahwa metode biaya perjalanan ini 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.

Konsep dasar dari metode *travel cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999 dalam Salma dan Susilowati, 2004). Itulah yang disebut dengan *willingness to pay* (WTP) yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.

Terdapat beberapa pendekatan yang di gunakan untuk memecahkan

permasalahan melalui metode *travel cost* menurut Garrod dan Willis (1999) dalam Salma dan Susilowati (2004), yaitu:

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zonal travel cost approach*).

Pendekatan ini menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal. Diterapkan dengan mengumpulkan informasi pada jumlah kunjungan ke suatu tempat dari jarak yang berbeda. Karena biaya perjalanan dan waktu akan bertambah sesuai dengan bertambahnya jarak, informasi ini memperkenankan peneliti untuk menghitung jumlah kunjungan “yang dibeli” pada “harga” yang berbeda. Informasi ini digunakan untuk membangun fungsi permintaan terhadap suatu tempat dan memperkirakan surplus konsumen atau manfaatekonomi layanan rekreasi suatu tempat.

2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*).

Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*) biasanya dilaksanakan melalui survey kuisisioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan ke lokasi wisata, kunjungan ke lokasi wisata lain (*substitute sites*), dan faktor-faktor sosial ekonomi (Suparmoko, 1997). Data tersebut kemudian digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dihitung. Metode ini telah banyak dipakai dalam perkiraan nilai suatu taman rekreasi dengan menggunakan berbagai variabel (Suparmoko, 2000). Pertama kali dikumpulkan data,

mengenai jumlah pengunjung taman, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan, pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut mengenai jarak tempuh mereka ke lokasi taman rekreasi tersebut, biaya perjalanan yang dikeluarkan, lamanya waktu yang digunakan, tujuan perjalanam, tingkat pendapatan rata-rata, dan faktor sosial ekonomi lainnya.

2.6 Pendapatan

Pendapatan dapat diterima berupa uang, dapat juga dalam bentuk barang (misalnya tunjangan beras, hasil dari sawah atau pekarangan sendiri), atau fasilitas-fasilitas (misalnya rumah dinas, pengobatan/ kesehatan gratis), selain hal tersebut di atas masih dijumpai pendapatan yang berasal dari : uang pensiun bagi mereka yang sudah lanjut usia dan dulu bekerja pada pemerintah atau instansi lainnya; sumbangan atau hadiah, misalnya sokongan dari saudara/famili, warisan, hadiah tabungan. Pinjaman atau hutang, ini memang merupakan uang masuk, tetapi pada suatu saat akan harus dilunasi atau dikembalikan.

Model pendapatan *interregional* merupakan perubahan pendapatan regional dapat berasal dari beberapa sumber yang mungkin, tidak lagi semata-mata berasal dari perubahan ekspor yang ditentukan secara eksogen. Sumber-sumber ini meliputi (a) perubahan pengeluaran-pengeluaran otonom regional (misalnya investasi, pengeluaran pemerintah); (b) perubahan tingkat pendapatan suatu daerah (atau daerah-daerah) lain di dalam sistem yang bersangkutan yang akan terlihat dalam perubahan ekspor daerah; (c) berubahnya salah satu diantara parameter-parameter model (hasrat konsumsi marginal, koefisien perdagangan *irregional* atau tingkat pajak marginal) (Richardson, 2001).

Penting untuk dicatat bahwa apabila yang menjadi tujuan adalah

memaksimumkan pendapatan nasional, maka distribusi optimal dari pengeluaran tidaklah tergantung pada nilai-nilai koefisien perdagangan *interregional*. Apabila tujuan-tujuan yang hendak dicapai adalah lebih kompleks, misalnya perubahan-perubahan distribusi pendapatan yang dikehendaki bagi beberapa (atau semua), maka nilai hasrat impor marginal pun menjadi relevan (Engerman, 1965 dalam Richardson, 2001).

Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolok ukur keberhasilan pembangunan. Indikator yang cukup baik untuk mengukur tingkat pemerataan pendapatan masyarakat adalah distribusi pendapatan masyarakat diantara golongan penduduk (golongan pendapatan).

Pendapatan masyarakat sangat tergantung dari lapangan usaha, pangkat dan jabatan pekerjaan, tingkat pendidikan umum, produktivitas, prospek usaha, permodalan dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut menjadi penyebab perbedaan tingkat pendapatan penduduk.

Menurut Gilarso (2002), pendapatan atau sering disebut dengan penghasilan didefinisikan sebagai bentuk balas-karya yang diperoleh sebagai imbalan atau balas jasa atas sumbangan seseorang terhadap proses produksi. Jenis-jenis sumber pendapatan dapat berasal dari : (a) usaha sendiri (wiraswasta, misalnya berdagang, mengerjakan sawah); (b) bekerja pada orang lain, misalnya bekerja di kantor atau perusahaan sebagai pegawai atau karyawan (baik swasta ataupun pemerintah); (c) hasil dari milik, misalnya mempunyai sawah yang disewakan, punya rumah disewakan, punya uang dipinjamkan dengan bunga tertentu.

2.7 Jumlah Anggota Keluarga (*Family Size*)

Berdasarkan teori ekonomi pariwisata yang dikemukakan Yoeti (2008) bahwa jumlah keluarga (*size of family*) sebagai faktor khusus yang menentukan permintaan daerah wisata . Hipotesis alternatif ini sesuai dengan teori dimana semakin banyak jumlah anggota keluarga yang dimiliki wisatawan maka akan semakin besar pula permintaan seseorang terhadap perjalanan.

Menurut Mantra (2003), yang termasuk jumlah anggota keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan dari satu dapur dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja. Kelompok yang dimaksud makan dari satu dapur adalah bila pengurus kebutuhan sehari-hari dikelola bersama- sama menjadi satu. Jadi, yang termasuk dalam jumlah anggota keluarga adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orang tua).

Family size atau jumlah anggota keluarga sangat mempengaruhi permintaan wisata. Semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak pula jumlah tanggungan yang dimiliki, sehingga *budget* untuk berwisata ke tempat yang biayanya relatif murah lebih rasional dibanding berwisata ke tempat yang membutuhkan biaya yang besar. Sebaliknya jika jumlah anggota keluarganya kecil, maka tanggungan yang dimiliki juga kecil. Sehingga *budget* untuk berwisata juga akan lebih besar.

2.8 Umur

Faktor lain adalah struktur usia penduduk, di mana penduduk yang masih muda dengan pendapatan rata-rata relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya dibanding dengan penduduk yang berusia pensiun (Yoeti, 2008). Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan

wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi, termasuk keputusan untuk mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan (Budi & Santosa, 2013).

Menurut Del Hawkins, dkk (2007:172), suatu generasi atau yang biasa disebut sebagai kelompok usia merupakan sekelompok orang yang telah mengalami kehidupan sosial, lingkungan politik, sejarah dan ekonomi. Disebut sebagai kelompok usia karena mereka telah berbagi sejarah, perilaku dan nilai bersama yang bersifat unik. Analisis kelompok merupakan suatu proses yang menggambarkan dan menjelaskan suatu sikap, nilai-nilai dan perilaku dari suatu kelompok umur serta memprediksi sikap, nilai dan perilaku di masa yang akan datang.

Fakta kritis dalam analisis kelompok ini menurut Hawkins, dkk (2007:172), mengemukakan bahwa setiap generasi berperilaku berbeda dari generasi lainnya saat melewati kategori umur. Maka kekuatan yang membentuk kehidupan generasi ini akan berbeda dan perilaku mereka juga akan berbeda di seluruh siklus hidup mereka. Penting untuk ditekankan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku dan perbedaan yang ada dapat dilihat dengan lebih spesifik berdasarkan kelompok usia. Namun, analisa ini juga mengemukakan fakta bahwa setiap generasi mempunyai kekuatan berbeda dan hal itu akan menurun ke calon generasi berikutnya. Hal ini dapat dilihat jika kita memasuki tahap hidup yang berbeda otomatis perilaku kita, sikap, dan lain lain juga akan berbeda sesuai dengan siklus hidup kita.

Menurut Michael R. Solomon (2009:574), kebutuhan dan kecenderungan berubah seiring dengan perubahan usia. Maka usia menjadi bagian dari identitas kita. Kita cenderung mempunyai persamaan dengan seusia kita. Oleh karena itu para marketer sadar akan hal ini dan membagi kelompok konsumen berdasarkan

umur. Menurut Cathy Neal, dkk (2004:382), *age subculture* merupakan segmen dari budaya yang mendefinisikan pola dari perilaku. Faktor ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku individu konsumen, perhatian, selera, kemampuan beli, preferensi politik, perilaku investasi, dan lain – lain.

2.9 Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah segala pengalaman belajar yang berlangsung dalam segala lingkungan dan sepanjang hidup serta pendidikan dapat diartikan sebagai pengajaran yang diselenggarakan di sekolah sebagai lembaga pendidikan formal, Mudyaharjo dalam Sagala (2006:3).

Sagala (2006:4) mengatakan bahwa teori pendidikan adalah sebuah sistem konsep-konsep yang terpadu, menerangkan dan prediktif tentang peristiwa-peristiwa pendidikan. Teori pendidikan ada yang berperan sebagai asumsi pemikiran pendidikan dan ada yang berperan sebagai definisi menerangkan makna.

Asumsi pokok pendidikan adalah pendidikan aktual artinya pendidikan bermula dari kondisi-kondisi aktual dari individu yang belajar dari lingkungan belajarnya, pendidikan adalah normatif artinya pendidikan tertuju pada mencapai hal-hal yang baik, dan pendidikan adalah suatu proses pencapaian tujuan artinya pendidikan berupa serangkaian kegiatan bermula dari kondisi-kondisi aktual dan individu yang belajar, tertuju pada pencapaian individu yang diharapkan.

2.10 Valuasi Ekonomi

Menurut Susilowati (2002), secara umum dapat didefinisikan bahwa valuasi ekonomi pada dasarnya adalah suatu upaya untuk memberilkan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar (*market value*) tersedia atau tidak. Akar dari

konsep penilaian ini sebenarnya berdasarkan pada ekonomi neoklasikal (*neoclassical economy theory*) yang menekankan pada kepuasan atau keperluan konsumen. Berdasarkan pemikiran neoklasikal ini dikemukakan bahwa penilaian setiap individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar (*Willingnes to Pay = WTP*), dan Surplus konsumen (*consumer surplus*) adalah selisih antara kesediaan konsumen membayar dengan nilai yang sesungguhnya dibayarkan. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab timbulnya surplus konsumen, karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama.

Valuasi ekonomi adalah bentuk pengukuran jumlah maksimum seseorang untuk megorbankan barang atau jasa yang dimiliki guna mendapatkan barang atau jasa lain yang diinginkan (Djjono, 2002). Sedangkan nilai ekonomi kawasan wisata merupakan bentuk pemberian nilai secara kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh Sumber Daya Alam (SDA) dan lingkungan. Nilai ekonomi suatu daerah wisata memiliki hubungan searah dengan surplus konsumen dari pengunjung (Pearce dan Tumer, 1990).

Nilai ekonomi wisata merupakan akumulasi surplus konsumen dari seluruh pengunjung suatu tempat wisata. Surplus konsumen menunjukkan besar maksimum nilai uang yang mau dibayarkan oleh pengunjung (*Willings to Pay*) terhadap wisata yang dinikmati. Surplus konsumen dapat dihitung melalui *Individual Travel Cost Method (ITCM)*.

Berbagai metode penilaian terhadap lingkungan telah dipraktikkan dalam banyak proyek di berbagai negara. Metode-metode tersebut antara lain:

1. Pendekatan Harga Pasar

Pendekatan harga pasar dapat dibedakan lagi menjadi:

- 1.1 Pendekatan harga pasar yang sebenarnya atau pendekatan produktivitas
- 1.2 Pendekatan modal manusia (*human capital*) atau pendekatan nilai yang hilang (*foregone earnings*)
- 1.3 Pendekatan atas dasar biaya kesempatan (*Opportunity Cost*)

2. Pendekatan dengan Nilai Barang Pengganti atau Barang Pelengkap (*Surrogate Market Price*)

- 2.1 Barang dan jasa yang dipasarkan untuk memperkirakan (sebagai pengganti) nilai lingkungan
- 2.2 Pendekatan nilai kekayaan (*Hedonic pricing method*)
- 2.3 Pendekatan perbedaan tingkat upah
- 2.4 Pendekatan biaya perjalanan (*travel costs*)

3. Pendekatan Atas Dasar Survey

- 3.1 Pendekatan dengan lelang
- 3.2 Permainan dengan tukar-menukar (*trade-off games*)
- 3.3 Pendekatan delphi

2.11 Hubungan Antar Variabel

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

2.11.1 Hubungan Antara Pendapatan Individu dan Permintaan Wisata

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).

Lipsey (1997) berpendapat bahwa semakin besar selisih dari pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan, maka semakin besar kemampuan wisatawan untuk melakukan peningkatan konsumsinya. Konsumsi dalam hal ini dapat berupa keinginan untuk melakukan kunjungan wisata, sehingga semakin besar pendapatan wisatawan, maka kunjungan wisatawan semakin meningkat.

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

Hipotesis alternatif ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004). Berdasarkan penelitian yang mereka lakukan di Curug Sewu didapatkan bahwa variabel pendapatan bernilai positif, yang berarti bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi jumlah permintaan ke Objek Wisata Alam Curug Sewu.

2.11.2 Hubungan Antara Biaya Perjalanan dan Permintaan Wisata

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut tentu menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah

permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya (Suparmoko, 2002).

2.11.3 Hubungan Antara Jumlah Anggota Keluarga dan Permintaan Wisata

Berdasarkan teori ekonomi pariwisata yang dikemukakan Yoeti (2008) bahwa jumlah keluarga sebagai faktor khusus yang menentukan permintaan daerah wisata . Hipotesis alternatif ini sesuai dengan teori dimana semakin banyak jumlah anggota keluarga yang dimiliki wisatawan maka akan semakin besar pula permintaan seseorang terhadap perjalanan.

Anggota keluarga yaitu jumlah anak dan istri. berwisata bersama keluarga adalah sebuah momen yang sangat menyenangkan. Banyaknya jumlah anggota keluarga tentu berpengaruh terhadap keinginan untuk berwisata, berkaitan dengan masalah biaya. Semakin besar jumlah anggota keluarga tentu semakin besar pula biaya yang dikeluarkan untuk berwisata. Hal ini sesuai dengan fungsi permintaan dimana permintaan wisata merupakan fungsi dari jumlah penduduk, artinya semakin banyak jumlah penduduk maka semakin besar pula permintaan berwisata semakin besar jumlah anggota keluarga maka semakin besar pula intensitas kunjungan wisata.

2.11.4 Hubungan Antara Umur dan Permintaan Wisata

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.

Menurut Michael R. Solomon (2009:574), kebutuhan dan kecenderungan berubah seiring dengan perubahan usia. Maka usia menjadi bagian dari identitas kita. Kita cenderung mempunyai persamaan dengan usia kita. Oleh karena itu para marketer sadar akan hal ini dan membagi kelompok konsumen berdasarkan umur. Menurut Cathy Neal, dkk (2004:382), *age subculture* merupakan segmen dari budaya yang mendefinisikan pola dari perilaku. Faktor ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku individu konsumen, perhatian, selera, kemampuan beli, preferensi politik, perilaku investasi, dan lain – lain.

2.11.5 Hubungan Antara Tingkat Pendidikan dan Permintaan Wisata

Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan meningkatkan keinginan orang untuk melihat dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru mengenai masyarakat dan tempat-tempat yang ingin dikunjunginya, juga meningkatkan kepeduliannya terhadap apa yang menjadi tugas dalam pekerjaannya.

Pendidikan adalah segala pengalaman belajar yang berlangsung dalam segala lingkungan dan sepanjang hidup serta pendidikan dapat diartikan sebagai pengajaran yang diselenggarakan di sekolah sebagai lembaga pendidikan formal, Mudyaharjo dalam Sagala (2006:3).

2.12 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.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuzuardi Haban, Rosalina A.M. Koleangan, George M.V. Kawung (2019) "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan dan Nilai Ekonomi Kebun Raya Bogor". Hasilnya terdapat lima variabel bebas yang terbukti sesuai hipotesis dari enam variabel bebas yang digunakan yaitu variabel biaya perjalanan (*travel cost*) yang terbukti berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor, variabel pendapatan (*income*) yang terbukti berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor, variabel tingkat pendidikan (*education*) yang terbukti berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor, variabel dummy kualitas yang terbukti berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor, dan variabel dummy substitusi tempat wisata sejenis yang terbukti berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor. Sedangkan yang tidak terbukti hipotesisnya adalah variabel umur (*age*) yang setelah dilakukan penelitian hasilnya tidak terbukti berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor, karena setelah dilakukan penelitian variabel umur berpengaruh negatif yang menggambarkan bahwa semakin tua umur (*age*) pengunjung maka jumlah kunjungan ke Kebun Raya Bogor semakin rendah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anang Faizal (2015) "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Pantai Kartini, Jepara", hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa pendapatan wisatawan, umur wisatawan, jarak dan biaya perjalanan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Kartini. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa model regresi baik untuk dipergunakan untuk

memprediksi kunjungan wisatawan. Sedangkan kunjungan wisatawan mampu dijelaskan oleh variabel independen yaitu pendapatan, umur, jarak dan biaya perjalanan sebesar 58,6%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Trismawati (2018) "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Nilai Ekonomi pada Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng Kabupaten Sinjai", 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 Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng Kabupaten Sinjai.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Agustin, Sri Ulfa Sentosa, Hasdi Aimon (2014) "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Domestik Terhadap Objek Wisata Bahari Pulau Cingkuak Kabupaten Pesisir Selatan". Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan pendekatan OLS (*Ordinary Least Square*), yang diasumsikan sebagai daya tarik wisata tetap artinya berdasarkan pengamatan tidak berubah dari pengamatan ke pengamatan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa 1) biaya perjalanan bersama-sama, pendapatan wisatawan, motivasi berwisata, kemudahan berkunjung tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisatawan domestik ke objek wisata bahari pulau Cingkuak. Sedangkan jumlah anggota keluarga, keamanan dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisatawan domestik ke objek wisata bahari pulau Cingkuak. 2) secara parsial biaya perjalanan, pendapatan wisatawan, jumlah anggota keluarga, motivasi berwisata berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisatawan

domestik ke objek wisata bahari pulau Cingkuak, sedangkan kemudahan, keamanan dan kenyamanan berkunjung tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan domestik wisatawan ke objek wisata bahari pulau Cingkuak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Novrani Anasthacia (2014) “Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Taman Nasional Karimunjawa”, hasilnya adalah 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 pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan objek wisata. 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.

Penelitian-penelitian terdahulu pada intinya membahas hal yang hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun penelitian yang dimaksud adalah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dan nilai ekonomi pada objek wisata hutan pinus malino kabupaten gowa. Hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian pada kawasan ini merupakan penelitian yang mengkaji pada satu objek penelitian yaitu objek wisata hutan pinus malino kabupaten gowa.

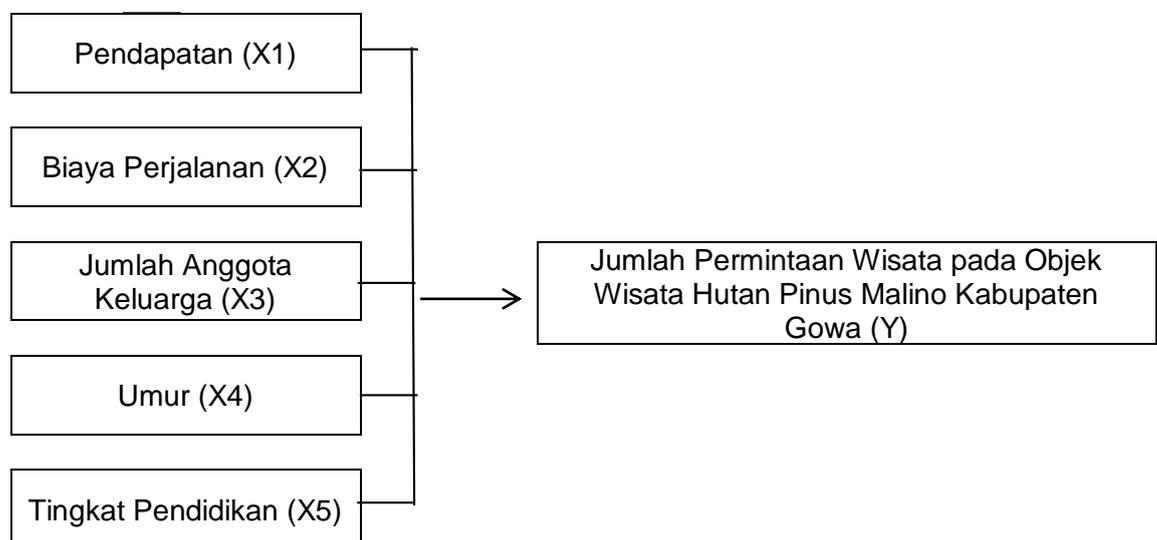
2.13 Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan nilai

ekonomi pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa maka akan diukur dengan variabel-variabel penelitian seperti pendapatan individu, biaya perjalanan, jumlah anggota keluarga, umur, dan tingkat pendidikan.

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 2.2 Kerangka Pemikiran



Adapun variabel yang digunakan adalah pendapatan individu, biaya perjalanan, jumlah anggota keluarga, umur, dan tingkat pendidikan.

Variabel pendapatan individu. 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 individu dapat berpengaruh pada permintaan wisata apabila

pariwisata merupakan barang yang normal, maka jika penghasilan naik maka akan semakin banyak orang untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi sehingga meningkatkan kunjungan ke tempat wisata. Sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk berwisata akan semakin rendah.

Selanjutnya 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, biaya makan dan minum selama berkunjung, biaya menginap, biaya belanja 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.

Sedangkan, jumlah anggota keluarga sangat mempengaruhi permintaan wisata. Semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak pula jumlah tanggungan yang dimiliki, sehingga *budget* untuk berwisata ke tempat yang biayanya relatif murah lebih rasional dibanding berwisata ke tempat yang membutuhkan biaya yang besar. Sebaliknya jika jumlah anggota keluarganya kecil, maka tanggungan yang dimiliki juga kecil. Sehingga *budget* untuk berwisata juga akan lebih besar. Yang termasuk dalam jumlah anggota keluarga adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain dalam hal ini orang tua (Mantra, 2003)

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)..

Variabel terakhir adalah variabel tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan meningkatkan keinginan orang untuk melihat dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru mengenai masyarakat dan tempat-tempat yang ingin dikunjungi, juga meningkatkan kepeduliannya terhadap apa yang menjadi tugas dalam pekerjaannya.

2.14 Hipotesis Penelitian

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

1. Diduga pendapatan individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.
2. Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.
3. Diduga jumlah anggota keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.
4. Diduga umur berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.
5. Diduga tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pada Objek Wisata Hutan Pinus Malino Kabupaten Gowa.