

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PERMINTAAN WISATA BAHARI
BARANE KABUPATEN MAJENE**

***FACTORS AFFECTING THE DEMAND OF MARITIME
TOURISM OF BARANE, MAJENE REGENCY***

RUSMAN



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2013**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERMINTAAN WISATA BAHARI BARANE
KABUPATEN MAJENE**

***FACTORS AFFECTING DEMAND
BARANE MAJENE MARINE TOURISM***

TESIS

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Magister

Program Studi
MAGISTER KEUANGAN DAERAH

Disusun dan diajukan oleh

RUSMAN

kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2013**

TESIS

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN WISATA BAHARI BARANE KABUPATEN MAJENE

disusun dan diajukan oleh

**RUSMAN
P2600211501**

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
pada tanggal 13 Nopember 2013
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui

Komisi Penasehat,

Harryanto, SE.,M.Com.,Ph.D
Ketua

Ketua Program Studi
Magister Keuangan Daerah,

Dr. Indraswati Tri Abdireviane, SE.,MA
Anggota

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Hasanuddin,

Dr. Sumardi ,SE.,M.Si

Prof. Dr. Ir. Mursalim

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RUSMAN

Nomor Induk Mahasiswa : P2600211501

Program Studi : Magister Keuangan Daerah

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima sanksi/hukuman apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Makassar, Nopember 2013

Yang menyatakan,

RUSMAN

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala Puji bagi Allah Subhanahu Wataala yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini dengan baik sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Penulis sangat menyadari bahwa tesis ini tidak akan terwujud jika hanya bertumpu pada kemampuan penulis sebagai manusia biasa yang penuh kekurangan akan tetapi karya ini dihasilkan atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat Bapak Harryanto, SE.,M.Com.,Ph.D selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Indraswati Tri Abdireviane, SE.,MA selaku Pembimbing II, atas bimbingannya dalam telah diberikan mulai dari penulisan proposal penelitian sampai dengan penulisan tesis.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, tak lupa penulis sampaikan kepada :

1. Bapak H. Kalma Katta, S.Sos.,MM selaku Bupati Kabupaten Majene yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti Program Pascasarjana Magister Keuangan Daerah Universitas Hasanuddin.

2. Bapak H. Burhanuddin Nur, SP.,MM, dan Bapak Ir. Taswin Tambaru mantan Kepala Badan Ketahanan Pangan Dan Penyuluh Pertanian, Perkebunan, Perikanan dan Kehutanan Kabupaten Majene, serta Bapak Ir. H. Iskandar, MM selaku Kepala Ketahanan Pangan dan P4K Kabupaten Majene beserta staf atas izin, dukungan moril dan materi yang telah diberikan kepada penulis.
3. Bapak Drs. H. Abd. Qadir Tahir, selaku Kepala Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Majene beserta staf atas izin, dukungan moril dan sumber data penelitian serta lokasi penelitian.
4. Ibu A. Devianti Arna, SH, selaku Biro Hukum Kabupaten Majene yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk pengurusan Surat Tugas Belajar untuk mengikuti Program Pascasarjana Magister Keuangan Daerah Universitas Hasanuddin.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Idrus Paturusi, Rektor Universitas Hasanuddin, Selaku Pembina Program Pengembangan Keuangan Daerah.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Mursalim Direktur Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
7. Bapak Prof. Dr. Gagaring Pagalung, SE.,Ak.,MS.,CA, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
8. Bapak Dr. Sumardi, SE.,M.Si, Ketua Program Studi Magister Keuangan Daerah.

9. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE.,M.Si, Dr. Madris DPS, SE.,M.Si, dan Dr. Sumardi, SE.,M.Si selaku Panitia Penilai Seminar Usul Penelitian, Hasil Penelitian dan Ujian Akhir Magister.
10. Bapak/Ibu dosen pada Program Studi Magister Keuangan Daerah dan Pengelola MKD yang banyak memberikan bimbingan dan arahan.
11. Kedua orang tua, mertua dan keluargaku tercinta atas dukungan dan motivasinya yang diberikan kepada penulis.
12. Terkhusus Istriku tercinta St. Haisaran dan anak-anak : Nabila Khairunnisa, Muhammad Ibnu Hidayat dan Muhammad Hanif Rusman atas do'a, dukungan moril dan materil kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
13. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa angkatan 2011 Magister Keuangan Daerah Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, atas partisipasinya kepada penulis, semoga persahabatan kita tetap terjaga selalu.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu yang telah memberikan partisipasinya dalam penyelesaian tesis ini.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan setiap orang yang membacanya serta mudah-mudahan mendapat balasan pahala yang setimpal.

Makassar, Nopember 2013
Penulis,

RUSMAN

ABSTRAK

RUSMAN. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.* (dibimbing oleh **Harryanto** dan **Indraswati Tri Abdireviane**)

Penelitian ini bertujuan mengetahui kontribusi variabel Independen berupa pendapatan, biaya wisata, jumlah tanggungan anggota keluarga, tempat wisata alternatif, fasilitas obyek wisata dan variabel dependen berupa permintaan wisata bahari Barane Kabupaten Majene.

Penelitian ini bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang.pengunjung wisata bahari Barane. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen berupa pendapatan, biaya wisata, Jumlah tanggungan anggota keluarga, tempat wisata alternatif, dan fasilitas obyek wisata secara bersama-sama berkontribusi terhadap variabel dependen yaitu permintaan wisata bahari Barane Kabupaten Majene. Secara parsial pendapatan responden dan fasilitas obyek wisata berkontribusi positif dan signifikan terhadap permintaan wisata Barane, sedangkan biaya wisata, Jumlah tanggungan anggota keluarga, dan tempat wisata alternatif berkontribusi negatif dan signifikan terhadap permintaan wisata bahari Barane Kabupaten Majene.

Kata Kunci : pendapatan, biaya, tanggungan, alternatif, fasilitas.

ABSTRACT

RUSMAN. *Factors Affecting the Demand of Maritime Tourism of Barane, Majene Regency (supervised by Harryanto and Indraswati Tri Abdireviane)*

The aim of the research is to explain, find out, and analyze the contribution of independent variable in the research involving income, tourism cost, the number of family dependants, alternative tourism resorts, and facilities of tourism object. Meanwhile, dependent variable involves the demand of maritime tourism of Barane, Majene Regency.

The data in the research were primary data obtained from questionnaire given directly to the maritime tourists of Barane consisting of 100 people. The data were analyzed using influence analysis method through multiple regression analysis.

The results of the research indicate that independent variable consisting of income, tourism cost, the number of family dependants, alternative tourism resorts, and facilities of tourism object simultaneously give contribution to dependent variable, i.e. maritime tourism of Barane, Majene Regency. Partially, respondents' income, facilities of tourism object give a positive and significant contribution to the demand of Barane tourism, while tourism cost, the number of family dependants, and alternative tourism resort give negative but significant contribution to the demand of maritime tourism of Barane, Majene Regency.

Keywords: income, cost, dependants, alternative, facilities.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I. PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
A. Teori Permintaan dan Permintaan Pariwisata....	11
1. Teori Permintaan.....	11

2. Permintaan Pariwisata.....	19
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata.....	22
C. Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata: Konsep Pariwisata dan Kepariwisataan.....	28
D. Masalah Jenis Obyek dan Daya Tarik Wisata....	36
E. Konsep Wisata Bahari.....	41
F. Permasalahan Sarana dan Prasarana Pariwisata.....	46
1. Prasarana Kepariwisataan	49
2. Sarana Kepariwisataan	51
G. Isu Tentang Konsep dan Jenis Wisatawan.....	53
H. Hasil Studi Empiris Sebelumnya.....	57
I. Kerangka Konseptual Penelitian.....	61
J. Hipotesis.....	65
BAB III. METODE PENELITIAN.....	66
A. Jenis Penelitian.....	66
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	66
C. Populasi dan Sampel.....	67
D. Jenis dan Sumber Data.....	68
E. Teknik Pengumpulan Data.....	68
F. Teknik Analisis Data.....	70
G. Defenisi Operasional.....	71

BAB IV. PEMBAHASAN.....	73
A. Gambaran Umum Kabupaten Majene.....	73
1. Geografi dan Iklim.....	73
2. Pemerintahan.....	74
3. Penduduk.....	75
4. Kelengkapan Fasilitas sarana dan Prasarana di Kota Pusat Pelayanan.....	76
5. Obyek Wisata Alam dan Budaya Kabupaten Majene.....	77
6. Obyek Wisata Bahari Barane dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pemerintah Kabupaten Majene.....	80
7. Nilai Ekonomi Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	85
B. Karateristik Rumah Tangga.....	89
1. Tingkat Pendidikan.....	89
2. Jenis Pekerjaan.....	91
3. Lama Bekerja.....	93
C. Deskriptif Variabel Penelitian.....	93
1. Permintaan Wisata (Y).....	93
2. Pendapatan (X_1).....	94
3. Biaya Wisata (X_2)	96

4. Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga (X_3)	98
5. Tempat Wisata Alternatif (X_4).....	99
6. Fasilitas Obyek Wisata (X_5).....	100
D. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	102
1. Uji Asumsi Klasik.....	102
2. Koefisien Determinasi.....	104
3. Pengujian Hipotesis.....	105
4. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	107
E. Pembahasan.....	109
1. Pendapatan (X_1).....	109
2. Biaya Wisata (X_2).....	110
3. Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga (X_3)	112
4. Tempat Wisata Alternatif (X_4).....	113
5. Fasilitas Obyek Wisata (X_5).....	116
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
4.1.	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Majene.....	76
4.2.	Fasilitas di Kota Pusat Pelayanan (KPP) dan Fasilitas Penginapan.....	77
4.3.	Objek Wisata Alam dan Budaya Kabupaten Majene 2012	79
4.4.	Kontribusi Retribusi Obyek Wisata Bahari Barane Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Majene Tahun 2011-2012.....	83
4.5.	Kontribusi Retribusi Obyek Wisata Bahari Barane Terhadap Retribusi Obyek Wisata Kabupaten Majene Tahun 2011 - 2012.....	84
4.6.	Nilai Ekonomi Rata-rata Total Obyek Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene Tahun 2011-2012.....	86
4.7.	Nilai Ekonomi Rata-rata Per Hektar Obyek Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene Tahun 2012 – 2013.....	87
4.8.	Distribusi Rumah Tangga Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	90
4.9.	Distribusi Rumah Tangga Berdasarkan Jenis Pekerjaan...	91
4.10.	Distribusi Rumah Tangga Berdasarkan Lama Bekerja.....	92

4.11. Distribusi Wisatawan Berdasarkan Tingkat Permintaan Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	93
4.12. Distribusi Persentase Wisatawan Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Permintaan Wisata ke Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	95
4.13. Distribusi Persentase Wisatawan Berdasarkan Biaya Wisata yang Dikeluarkan dan Permintaan Wisata ke Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	96
4.14. Distribusi Persentase Wisatawan Berdasarkan Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga dan Permintaan Wisata ke Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	98
4.15. Distribusi Persentase Wisatawan Berdasarkan Tempat Wisata Alternatif dan Permintaan Wisata ke Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	99
4.16. Distribusi Persentase Wisatawan Berdasarkan Penilaian Terhadap Fasilitas Obyek dan Permintaan Wisata ke Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	101
4.17. Hasil Estimasi Model Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	108

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
2.1.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	126
2.	Data Hasil Penelitian.....	129
3.	Frekwensi, Korelasi, Regresi Linear, Uji t, Uji F, dan Pengujian Asumsi Klasik.....	132
4.	Nilai Ekonomi Obyek Wisata Bahari Barane dan Realisasi Penerimaan Pendapatan Retribusi Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene.....	142
5.	Sarana dan Prasarana Obyek Wisata Pantai Barane Kabupaten Majene Tahun 2012.....	145
6.	Dokumentasi Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene....	146
7.	Peta Majene Dan Lokasi Wisata Bahari Kabupaten Majene.....	149

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pariwisata memiliki peran signifikan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam aspek ekonomi, sektor pariwisata berkontribusi devisa dari kunjungan wisatawan manca negara (Wisman) dan Produk Domestik Bruto (PDB) beserta komponen-komponennya. Dalam aspek sosial, pariwisata berperan dalam penyerapan tenaga kerja, apresiasi seni, tradisi dan budaya bangsa, dan peningkatan jati diri bangsa. Dalam aspek lingkungan, pariwisata khususnya ekowisata dapat mengangkat produk dan jasa wisata seperti kekayaan dan keunikan alam dan laut, dan alat yang efektif bagi pelestarian lingkungan alam dan seni budaya tradisional (RPJMN 2010-2014).

Kinerja sektor pariwisata nasional secara umum cukup baik (data dari RPJMN 2010-2014). Dalam periode 2005 hingga 2008, jumlah kunjungan wisman meningkat dari 5,0 juta menjadi 6,4 juta, atau meningkat sebesar 28,0 persen; diikuti dengan peningkatan devisa dari USD 4,52 miliar menjadi USD 7,37 miliar, atau meningkat sebesar 63,05 persen. Jumlah wisatawan nusantara (Wisnus) meningkat dari 198,4 juta menjadi 225,0 juta atau meningkat sebesar 13,41 persen; serta pengeluaran wisnus meningkat dari Rp 74,72 triliun menjadi Rp 123,17 triliun atau meningkat sebesar 64,84 persen.

Berdasarkan *The Travel and Tourism Competitiveness Report* 2009 (*World Economic Forum*), daya saing pariwisata Indonesia tercatat pada peringkat ke-81 dari 133 negara. Posisi tersebut masih dibawah Malaysia (32), Singapura (10), dan Thailand (39). Data *Pacifik Asia Travel Association* (PATA) (*press release* 5 Januari 2010) menunjukkan bahwa jumlah kunjungan internasional ke wilayah Asia Pasifik tumbuh rata-rata 2,2 persen pada tahun 2009, meleset dari dugaan tumbuh minus empat persen akibat krisis ekonomi.

Dalam beberapa tahun terakhir ini pertumbuhan ekowisata sangat pesat. Hal ini disebabkan banyak negara membuat promosi dan atraksi ekowisata besar-besaran dalam rangka meraup manfaat dan kesempatan dalam pasar ekowisata yang terus tumbuh. Berdasarkan laporan *World Travel Tourism Council* (WTTC) tahun 2000, pertumbuhan rata-rata ekowisata sebesar 10 persen per tahun. Angka tersebut lebih tinggi dibanding pertumbuhan rata-rata per tahun untuk pariwisata pada umumnya yaitu 4,6 persen per tahun. Di berbagai belahan dunia, pertumbuhan ekonomi jasa ekowisata mencapai 40 persen di Eropah dan Amerika Latin dan 25 persen di Asia Pasifik. Angka pertumbuhan ini sangat tinggi dibanding pertumbuhan ekonomi rata-rata setiap negara (Eagles *et al.*, 2002).

Nugroho (2011:4) Jasa ekowisata dapat dipandang memberikan keuntungan bagi Indonesia maupun negara berkembang lainnya. Lazimnya proses transformasi struktur ekonomi, bergerak dari

sektor pertanian, manufaktur kemudian ke sektor jasa. Bagi Indonesia yang masih belum sepenuhnya pulih dari krisis ekonomi, transformasi dari sektor pertanian ke manufaktur menghadapi kendala yang serius, yakni lemahnya sektor permodalan, ketrampilan maupun entrepreneurship untuk mengolah produk-produk pertanian. Hal ini yang mengakibatkan sebagian besar tenaga kerja masih menggantungkan kepada sektor pertanian. Hanya sebagaian kecil saja petani di desa yang sukses berwirausaha mengolah hasil-hasil pertanian.

Dalam skala yang lebih luas, pemanfaatan wilayah atau konstelasi geopolitik Indonesia (Pokja Wasantara, 2010). Dalam konteks pembangunan (otonomi) daerah, pemerintah daerah (pemda) secara langsung atau tidak langsung juga memperoleh manfaat dari kegiatan ekowisata.

Dalam hubungan ini, berbagai negara termasuk Indonesia turut menikmati dampak dari peningkatan pariwisata dunia terutama pada periode 1990 – 1996. Badai krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak akhir tahun 1997, merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi masyarakat pariwisata Indonesia untuk melakukan *re-positioning* sekaligus *re-vitalization* kegiatan pariwisata Indonesia. Di samping itu berdasarkan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Perencanaan Nasional, bidang pariwisata mendapatkan penugasan baru untuk turut mempercepat pemulihan ekonomi nasional dan memulihkan citra Indonesia di dunia internasional. Penugasan ini makin rumit terutama

setelah dihadapkan pada tantangan baru akibat terjadinya tragedi 11 September 2001 di Amerika Serikat.

Lebih lanjut Nugroho (2011:10) implementasi pembangunan bagi sektor ekowisata atau pariwisata setidaknya memerlukan tahapan-tahapan mengikuti kaidah-kaidah akademis. Karena itu upaya-upaya penelitian dasar dan terapan dikembangkan untuk mengeksplorasi baseline data lingkungan dan sosial, didukung dengan seluruh stakeholder. Stakeholder sektor ekowisata cukup meluas, yakni pemerintah, swasta, LSM, penduduk lokal, perguruan tinggi serta organisasi internasional yang relevan. stakeholder harus mempunyai kesepahaman persepsi, sikap dan perilaku untuk mengembangkan ekowisata sehingga menghasilkan *net benefit* dalam aspek sosial dan lingkungan. Pelaku usaha ekowisata dalam industri pariwisata didorong untuk berkembang dalam rangka memberikan manfaat untuk masyarakat setempat dan menjadi penggerak pembangunan ekonomi di wilayah secara berkelanjutan.

Selain jumlah wisman yang makin meningkat, saat ini pun telah terjadi perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan. Mereka tidak lagi terfokus hanya ingin santai dan menikmati *sun-sea and sand*, saat ini pola konsumsi mulai berubah ke jenis wisata yang lebih tinggi, yang meskipun tetap santai tetapi dengan selera yang lebih meningkat yakni menikmati produk atau kreasi budaya

(*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*) serta *nature* atau ekowisata dari suatu daerah/negara.

Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah maka perlu pula porsi kegiatan untuk pemerintah daerah yang akibat adanya otonomi daerah lebih memiliki wewenang untuk mengembangkan pariwisata daerah. Secara sederhana pembagian upaya promosi misalnya akan dapat ditempuh langkah-langkah dimana untuk pemerintah pusat melakukan *country-image promotion*, daerah melakukan *destination promotion* sesuai dengan keunggulan daerah masing-masing, sedangkan industri atau swasta melakukan *product promotion* masing-masing.

Menurut Adisasmita (2011) dengan adanya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah mengisyaratkan bahwa dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah, pemerintah daerah diberi keleluasaan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber penerimaan daerah yang dimilikinya sesuai dengan aspirasi masyarakat daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah harus mengoptimalkan sumber-sumber penerimaan daerah dalam era otonomi daerah dan desentralisasi fiskal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, sumber penerimaan daerah terdiri dari :

a. Pendapatan Asli Daerah (PAD);

- b. Dana Perimbangan; dan
- c. Lain-lain pendapatan daerah yang sah.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu indikator yang menentukan derajat kemandirian suatu daerah. Semakin besar penerimaan PAD suatu daerah maka semakin rendah tingkat ketergantungan pemerintah daerah tersebut terhadap pemerintah pusat. Hal ini dikarenakan PAD merupakan sumber penerimaan daerah yang berasal dari dalam daerah itu sendiri.

Menurut Yani (2009) retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

Potensi wisata di Kabupaten Majene sangat beragam yang pada umumnya meliputi wisata bahari, wisata alam, wisata budaya dan wisata kuliner. Wisata bahari adalah salah satu objek yang paling dominan ditandai dengan garis pantai yang panjang yang terletak di pesisir pantai barat Majene yang memanjang dari selatan ke utara lebih kurang 146 km dari Kabupaten Mamuju - Ibukota Provinsi Sulawesi Barat, seluruh pesisirnya tumbuh berderet ratusan ribu pohon kelapa. Pantai Barane berjarak 4 km dari Ibukota Kecamatan Banggae Timur, menjadi salah satu tempat favorit untuk menikmati keindahan laut dengan air lautnya yang dangkal dan deretan pohon kelapa yang menawan, sangat cocok untuk

dijadikan tempat bersantai dan berenang bagi seluruh anggota keluarga juga menjadi tempat yang asyik melihat matahari tenggelam.

Ditetapkannya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak daerah dan retribusi daerah maka Peraturan Daerah Kabupaten Majene Nomor 9 Tahun 1999 tentang Retribusi Tempat Rekreasi dan Olah Raga, sudah tidak sesuai dengan perkembangan baik kondisi pasar maupun peraturan perundang-undangan yang berlaku sehingga perlu ditinjau kembali. Sehingga Pemerintah Kabupaten Majene menetapkan Perda Nomor 12 Tahun 2010 tentang Retribusi Tempat Rekreasi dan Olah Raga untuk menarik retribusi tempat rekreasi dan olahraga yang berada di wilayah Kabupaten Majene merupakan obyek dan daya tarik wisata yang dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Retribusi jasa usaha adalah retribusi jasa yang disediakan oleh pemerintah daerah dengan menganut prinsip komersial karena pada dasarnya ada pula disediakan oleh sektor swasta. Retribusi tempat rekreasi dan olahraga yang selanjutnya dapat disebut retribusi adalah pembayaran atas pelayanan penyediaan tempat tempat rekreasi, pariwisata dan olah raga yang dimiliki dan dikelola oleh Pemerintah Daerah.

Sejalan dengan perkembangan masyarakat penyelenggaraan Pemerintahan, hasil penerimaan retribusi dari tempat rekreasi dan olahraga sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada kondisi sekarang ini dirasakan belum mampu memberi kontribusi dan peranan yang lebih besar terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja

Daerah (APBD) Kabupaten Majene. Sebahagian besar pengeluaran APBD dibiayai Dana Alokasi dari pusat. Dalam banyak hal, Dana Alokasi dari pusat tidak sepenuhnya dapat diharapkan menutup seluruh kebutuhan pengeluaran daerah. Oleh karena itu, pemberian peluang-peluang untuk mengenakan pungutan baru yang semula diharapkan dapat meningkatkan penerimaan daerah, dan kenyataannya tidak banyak diharapkan dapat menutupi kekurangan kebutuhan pengeluaran tersebut. Untuk meningkatkan akuntabilitas penyelenggaraan otonomi daerah, Pemerintah Daerah diberi kewenangan yang lebih besar dalam pungutan retribusi. Perluasan kewenangan retribusi tersebut dilakukan dengan memperluas basis retribusi daerah dan member kewenangan kepada daerah dalam penetapan tarif. (Perda Kabupaten Majene No. 12 Tahun 2010).

Pemerintah Kabupaten Majene (Dinas Pemuda Olahraga, Budaya dan Pariwisata), menyebutkan retribusi kawasan wisata bahari Barane Majene mengalami peningkatan dari target yang ditetapkan, dengan diterapkan retribusi untuk objek wisata bahari Barane kepada seluruh pengunjung. Obyek wisata tersebut telah lama menjadi kegemaran warga namun dengan adanya potensi yang menjanjikan, Pemerintah Kabupaten Majene mencoba menerapkan retribusi, maka kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) juga semakin meningkat. Sebagai sektor andalan dalam meningkatkan PAD dan perekonomian Kabupaten Majene, maka Pemerintah Daerah setempat terus berupaya

untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah ini, antara lain melalui kegiatan promosi dan *road show* ke daerah-daerah dan negara-negara yang menjadi pasar potensial sektor pariwisata, dan menyiapkan berbagai sarana dan prasarana yang mendukung kenaikan permintaan pariwisata di daerah ini.

Dalam teori ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu komoditas terutama dipengaruhi oleh harga komoditas itu sendiri dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Meskipun demikian tidak berarti kita mengabaikan pengaruh faktor-faktor lainnya terhadap permintaan (Sugiarto, dkk, 2002).

Karena kondisinya yang khas sebagai obyek ekowisata dan diperhadapkan dengan perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan, maka sangat diperlukan suatu penelitian, yang khusus mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap obyek wisata bahari Barena, yang nantinya akan membantu dalam merumuskan kebijakan dan operasional pengembangan pariwisata di Kabupaten Majene secara khusus dan Provisisi Sulawesi Barat pada umumnya. Karena itu, menarik untuk dilakukan penelitian berkaitan dengan hal tersebut. dengan judul "***Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Bahari Barane Kabupaten Majene***".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : Apakah pendapatan, biaya wisata, jumlah

tanggungannya anggota keluarga, tempat wisata alternatif, dan fasilitas obyek wisata mempengaruhi permintaan Wisata Bahari Barane di Kabupaten Majene.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: untuk Mengetahui dan menganalisis kontribusi pendapatan, biaya wisata, jumlah tanggungan anggota keluarga, tempat wisata alternatif, dan fasilitas obyek wisata terhadap permintaan Wisata Bahari Barane di Kabupaten Majene.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan sifat penelitiannya, maka hasil penelitian ini diharapkan:

1. Dapat memberi gambaran yang lebih komprehensif tentang kontribusi pendapatan, biaya wisata, jumlah anggota keluarga, tempat wisata alternatif, dan fasilitas obyek wisata terhadap permintaan Wisata Bahari Barane. (Pemerintah, swasta, dan masyarakat).
2. Dapat dijadikan bahan kajian dan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya terkait dengan kebijakan pembangunan dan pengembangan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara khusus dan devisa negara secara umum.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Permintaan dan Permintaan Pariwisata

1. Teori Permintaan

1.1. Fungsi Permintaan

Permintaan adalah berbagai jumlah barang dan jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. berdasarkan definisi ini menunjukkan jumlah barang dan jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga, artinya dalam berbagai tingkat harga dan jumlah barang yang diminta, sehingga hubungan antara tingkat harga dan jumlah barang yang diminta ini dapat disajikan dalam kurva permintaan, yaitu kurva yang menunjukkan tempat titik-titik yang menggambarkan maksimum pembelian pada harga tertentu dengan anggapan *ceteris paribus* (hal-hal lain dianggap tetap).

Ada suatu hubungan yang pasti antara harga dari suatu barang dengan kuantitas yang diminta dari barang tersebut. Asalkan hal-hal lain tidak berubah. Hubungan antara harga dengan kuantitas yang dibeli ini disebut *skedul permintaan atau kurva permintaan*. Selanjutnya Hukum permintaan yang berlereng menurun yaitu apabila harga suatu komoditi naik (dan hal-hal lain tidak berubah), pembeli cenderung membeli lebih sedikit komoditi itu. Demikian pula apabila harga turun, hal-hal lain tetap, kuantitas yang diminta meningkat, Samuelson dkk., (2003).

1.2. Hukum Permintaan

Joesron dkk., (2003), Pertalian antara harga dan permintaan yang berbanding terbalik (negatif) menimbulkan konsekuensi bahwa apabila harga naik maka permintaan turun dan apabila harga turun maka permintaan akan naik. Hubungan ini disebut *Hukum Permintaan*.

Penyebab utama berlakunya hukum permintaan ini karena terbatasnya pendapatan konsumen. Hubungan terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Jika harga barang naik, pendapatan konsumen tetap merupakan kendala bagi konsumen untuk melakukan pembelian yang lebih banyak.
- b. Jika harga suatu barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti.

Berkaitan dengan berlakunya hukum permintaan ini, maka kaitan antara barang yang dikelompokkan menjadi dua, yaitu barang komplementer (saling melengkapi) dan barang substitusi (saling mengganti). Untuk barang komplementer, bila harga barang A naik maka permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang, begitu pula permintaan terhadap barang B juga turun, sedangkan untuk barang substitusi, kenaikan barang A akan menyebabkan penurunan terhadap permintaan barang B.

Namun demikian terdapat beberapa pengecualian sehingga hukum permintaan ini tidak berlaku, yaitu:

a. Kasus Barang Giffen

Adalah barang inferior, tetapi perlu dicatat bahwa tidak semua barang inferior adalah barang Giffen. Barang ini diperkenalkan pertama kali oleh Robert Giffen dari suatu hasil penelitian.

b. Kasus Pengaruh Harapan Dinamis (*Dynamic Expectational Effect*)

Perubahan jumlah yang diminta dipengaruhi oleh perubahan harga yang terkait dengan harapan konsumen. Contohnya : emas, Valas, dan lain sebagainya.

c. Kasus Barang Prestise

Memasukkan kepuasan konsumen dalam pembelian suatu barang. Contohnya: permata, mobil mewah, koleksi milik orang kenamaan, dan lain sebagainya.

1.3. Fungsi Permintaan Individu

Permintaan terhadap suatu barang X hanya dipengaruhi oleh harganya. Dengan mengubah-ubah harga, sementara pendapatan perorangan, selera, harga barang-barang lain dianggap konstan (*ceteris paribus*), maka diperoleh sekedul permintaan perorangan terhadap barang tersebut.

1.4. Perubahan Jumlah yang Diminta

Adanya asumsi *ceteris paribus*, yaitu faktor lain selain harga dianggap tetap, maka sepanjang fungsi permintaan individu akan dapat kita jumpai adanya perubahan jumlah yang diminta sebagai akibat

perubahan harga. dengan kata lain, dalam kurva yang sama akan terdapat gerakan dari suatu titik ke titik lainnya, apabila harga suatu barang mengalami perubahan. Hal ini di kenal dengan perubahan jumlah yang diminta.

1.5. Perubahan Permintaan

Apabila faktor lain, selain harga, mengalami perubahan maka fungsi permintaan akan ikut berubah pula. Perubahan permintaan dapat dibedakan dalam dua pengertian:

- a. Gerakan sepanjang kurva permintaan, yaitu perubahan permintaan barang disebabkan perubahan harga. Pada saat harga barang turun jumlah barang yang diminta meningkat.
- b. Pergeseran Kurva Permintaan, kurva permintaan bergeser ke kiri atau ke kanan karena disebabkan perubahan oleh faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan selain harga misalnya pendapatan.

Perubahan permintaan terhadap suatu barang disebabkan oleh perubahan pendapatan konsumen dapat mengidentifikasi jenis barang. Dalam kaitan ini terdapat empat jenis barang yang dapat kita uraikan, yaitu:

- a. Barang Inferior, adalah jenis barang yang mempunyai kualitas lebih rendah dari barang normal, termasuk di dalamnya bentuk barang tiruan.

- b. Barang Normal, adalah jenis barang yang mempunyai ciri khas mengalami kenaikan permintaan akibat adanya kenaikan pendapatan konsumen. Contohnya: kendaraan, pakaian, dan lain sebagainya.
- c. Barang Esensial, adalah barang kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, peningkatan pendapatan tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah permintaannya, asumsi untuk kebutuhan sehari-hari, contohnya: beras, gula, dan lain sebagainya.
- d. Barang Mewah, adalah barang yang dibeli oleh konsumen setelah kebutuhan kebutuhan pokok terpenuhi. Contohnya: intan, berlian, mobil mewah, dan lain sebagainya.

Dalam uraian diatas juga tercakup perubahan fungsi permintaan sebagai akibat perubahan harga barang lain. Kenaikan harga barang X bisa menyebabkan penurunan terhadap permintaan barang Y, tetapi bisa juga menyebabkan kenaikan permintaan terhadap barang Y, tergantung kepada keterkaitan antara barang X dan dengan barang Y. Kaitan barang ini dibedakan menjadi tiga, yaitu:

- a. Barang Pelengkap, yaitu suatu barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya, seperti tali sepatu kiri dengan kanan, raket dengan kok, dan lain sebagainya.
- b. Barang Pengganti (Substitusi), yaitu suatu barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lainnya, seperti daging kambing dan sapi, kopi dan teh, dan lain sebagainya.

- c. Barang Netral, yaitu dua macam barang yang tidak memiliki kaitan yang dekat, artinya perubahan permintaan terhadap salah satu barang tidak mempengaruhi permintaan terhadap barang lainnya.

Sukirno (2002) Beberapa faktor lain yang cukup penting peranannya dalam mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang diterangkan dalam uraian berikut ini:

- a. Distribusi pendapatan, yaitu dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya. Sekiranya pemerintah menaikkan pajak terhadap orang-orang kaya dan kemudian menggunakan hasil pajak ini menaikkan pendapatan pekerja yang bergaji rendah maka corak permintaan terhadap berbagai barang akan mengalami perubahan. Barang-barang yang digunakan oleh orang kaya akan berkurang permintaannya, tetapi sebaliknya barang-barang yang digunakan orang yang berpendapatan rendah yang mengalami kenaikan pendapatan akan bertambah permintaannya. Misalnya, permintaan terhadap mobil mewah akan berkurang tetapi permintaan terhadap rumah harga murah akan bertambah.
- b. Cita rasa masyarakat, yaitu mempengaruhi yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Contohnya permintaan terhadap mobil buatan Amerika dan Eropa merosok,

sedangkan permintaan akan mobil buatan jepang lebih populer dan banyak digunakan orang.

- c. Jumlah penduduk, tidak dengan sendirinya menyebabkan penambahan permintaan. Tetapi biasanya penambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat penambahan daya beli ini akan menambah permintaan.
- d. Ekspektasi tentang masa depan, perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang. Sebaliknya, ramalan bahwa lowongan kerja akan bertambah sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, akan mendorong orang lebih berhemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan.

1.6. Kurva Permintaan Pasar

Kurva permintaan pasar diperoleh dengan menambahkan seluruh kuantitas yang diminta oleh seluruh individu pada tiap tingkatan harga, dengan asumsi *ceteris paribus*.

1.7. Perilaku Konsumen

Akibat adanya kendala keterbatasan pendapatan di satu sisi, dan adanya keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa sebanyak-banyaknya agar diperoleh kepuasan yang maksimal di sisi lainnya, maka timbul perilaku konsumen. Perilaku konsumen ini adalah bagaimana fungsi permintaan konsumen ini terbentuk. Empat pendekatan yang sering dijelaskan dalam beberapa buku literature yang membicarakan terbentuknya fungsi permintaan konsumen, yaitu:

1.7.1. Pendekatan Kardinal (*Cardinal Approach*)

Pendekatan ini merupakan gabungan dari beberapa pendapat para ahli ekonomi aliran subjektif dari Austria seperti: Ghosen, Yeavon, dan Wallras. Menurut pendekatan ini, daya guna dapat diukur dengan satuan uang atau util, menilai. Pendekatan ini juga mengandung anggapan bahwa semakin berguna suatu barang bagi seseorang, maka semakin diminati.

1.7.2. Pendekatan Ordinal (*Ordinal Approach*)

Pendekatan ini diperkenalkan oleh J. Hicks dan R.J. Allen. Dalam pendekatan ini daya guna suatu barang tidak perlu diukur, cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang.

1.7.3. Preferensi Nyata (*Revealed Preference Hypothesis*)

Teori ini diperkenalkan oleh Samuelson pada tahun 1938. Teori ini dikembangkan berangkat dari adanya kelemahan dari pendekatan ordinal

seperti harus diterimanya asumsi *convexity* dari *indifference curve* atau MRS yang negatif, dan kelemahan teori cardinal bahwa daya guna dapat diukur dan lain sebagainya. Dengan *revealed preference* ini, semua kelemahan tersebut dapat dinetralisir karena *revealed preference* akan dapat diperoleh kurva permintaan secara langsung serta dapat dibuat *indifference curve*-nya.

1.7.4. Pendekatan *Attribute*

Pendekatan ini diperkenalkan oleh Kelvin Lancaster pada tahun 1966 dan dikembangkan lagi pada tahun 1971. Pendekatan ini mempunyai pandangan bahwa konsumen dalam membeli produk tidak hanya karena daya guna dari produk tersebut, tetapi karena karakteristik atau atribut-atribut yang disediakan oleh produk tersebut.

2. Permintaan Pariwisata

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, sepertinya 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).

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan Wisata

Menurut Yoeti (2003), banyak faktor yang dapat mempengaruhi orang untuk melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu, faktor-faktor itu antara lain : a) *disposable personal income* yaitu jumlah pendapatan seseorang yang telah dikurangi kewajiban pajak atau kewajiban lainnya yang harus dibayar, baik kepada pemerintah maupun kepada pihak lain. Jadi pendapatan itu, benar-benar dibelanjakan karena semua kewajibannya sudah harus dibayar lunas, b) *leisure time* yaitu tersedianya waktu senggang yang akan mempengaruhi permintaan

produk industri pariwisata atau usaha perjalanan wisata, c) *tekhology* dimana kemajuan teknologi akan banyak mempengaruhi orang untuk melakukan perjalanan wisata, karena adanya kemajuan teknologi penerbangan maka jarak tempuh dari suatu ke nagara lain makin pendek dan kapasitasnya menjadi lebih besar, d) *size of family* yaitu besar kecilnya jumlah keluarga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin kecil jumlah keluarga maka semakin besar kemungkinan keluarga itu melakukan perjalanan. e) *security* yaitu faktor keamanan sangat menentukan keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata, f) *accessibility* yaitu faktor jarak dari negara asal wisatawan dan daerah tujuan wisata juga mempengaruhi orang untuk melakukan perjalanan wisata.

1. Hubungan antara Pendapatan dengan Permintaan Wisatawan

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

sebagai "gejala substitusi". Jadi permintaan terhadap obyek lokasi rekreasi sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan. Makin tinggi pendapatan seseorang maka makin besar permintaan terhadap barang rekreasi.

Kondisi ekonomi wisatawan memiliki pengaruh pada intensitas kegiatan wisata dan pilihan tujuan wisatanya. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang, akan semakin besar pula kebutuhannya, termasuk kebutuhan akan keinginan untuk menikmati waktu senggang, yakni berwisata (Wardiyanta, 2006).

2. Hubungan antara Biaya Wisata dengan Permintaan Wisatawan

Menurut Sukirno (2000), bahwa untuk mengetahui ciri hubungan di antara harga dan permintaan, maka hukum permintaan dapat menjelaskan yaitu makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan atas barang tersebut. Biaya wisata akan mempengaruhi permintaan akan wisata karena seseorang akan melakukan wisata cenderung mengeluarkan biaya. Metode biaya perjalanan berkaitan dengan luasnya penggunaan untuk mengestimasi manfaat terhadap perubahan fasilitas lingkungan rekreasi, seperti taman danau, dan lain-lain.

Clawson dan Knetsch (Maynard, 1992), menyatakan bahwa permintaan akan diadakannya perjalanan wisata (rekreasi) dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jadi biaya perjalanan ini

menyangkut biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk kegiatan rekreasi. Biaya perjalanan meliputi biaya konsumsi, biaya transportasi, biaya dokumentasi, dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan pengunjung untuk satu hari.

3. Hubungan antara Jumlah keluarga (*size of family*) dengan Permintaan Wisatawan

Menurut Sukirno (2002) efek pendapatan jika pendapatan tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit. Dengan perkataan lain, kemampuan pendapatan yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi bertambah kecil dari sebelumnya. Dengan adanya pertambahan tanggungan dalam keluarga menyebabkan pendapatan riil semakin sedikit. Sehingga kemampuan pendapatan yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi bertambah kecil dari sebelumnya.

Menurut Medlik (1980) dalam Ariyanto (2005) intensitas keluarga, jumlah anggota keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diartifikasikan bahwa jumlah anggota yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

4. Hubungan antara Tempat Wisata Alternatif dengan Permintaan Wisatawan

Perubahan fungsi permintaan sebagai akibat perubahan harga barang lain. Kenaikan harga barang X bisa menyebabkan penurunan terhadap permintaan barang Y, tetapi bisa juga menyebabkan kenaikan permintaan terhadap barang Y, tergantung kepada keterkaitan antara barang X dan dengan barang Y. Keterkaitan barang ini adalah sebagai barang pengganti (Substitusi), yaitu suatu barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lainnya.

Menurut Pitana (2009:59) menyatakan biasanya tujuan wisata merupakan daerah yang mempunyai beberapa keunikan tersendiri. Keunikan dan perbedaan tersebut bisa berupa budaya, sejarah, alam dan sebagainya. Keunikan ini biasanya disebut daya tarik wisata. Daerah *transit route region* bukan saja mewakili waktu dan tempat sementara dalam sebuah perjalanan wisata untuk mencapai daerah tujuan wisata utama, tetapi juga menyangkut kesempatannya untuk menjadi tujuan wisata antara (*enroute tourism destination*).

5. Hubungan antara Fasilitas Obyek Wisata dengan Permintaan Wisatawan

Sukirno (2002) Tingkah laku konsumen dengan pendekatan nilai guna (utiliti) kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Dalam teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai guna atau utiliti, kalau kepuasan itu semakin tinggi maka makin tinggi

nilai gunanya atau utilitinya. Nilai guna total dan nilai guna marginal, dimana Nilai guna total adalah jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan nilai guna marginal adalah penambahan (atau pengurangan) kepuasan sebagai akibat dari penambahan (atau pengurangan) penggunaan satu unit barang tertentu.

Wisatawan yang berkunjung ke tempat obyek wisata ingin menikmati obyek yang tersedia di lokasi wisata tersebut. Sesuai dengan pendapat Knudson (1980), bahwa obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya, Sedangkan menurut Ali (1986) bahwa persepsi adalah pandangan seseorang tentang suatu obyek yang dilihat berdasarkan situasi, waktu, dan tempat. Dari pandangan itu akan melahirkan suatu perubahan atau tindakan sebagai manifestasi dari penilaian yang diberikan terhadap suatu obyek.

Penilaian suatu tempat atau lokasi rekreasi secara ekonomi karena adanya biaya yang dikeluarkan lebih besar untuk kunjungan wisata daripada harga karcis masuk. Hal tersebut tidak mencerminkan adanya biaya yang dikorbankan untuk memperoleh suatu paket kenangan dari hasil kunjungannya di obyek lokasi tersebut, Gregory (1990). Sedangkan menurut Goeldner, et.al (2000), antara lain; a)

perbedaan ekonomi, b) perbedaan budaya, c) biaya pelayanan, d) kualitas pelayanan, e) faktor musim.

C. Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata: Konsep Pariwisata dan Kepariwisataan

Pariwisata bukanlah fenomena baru di dunia. Menurut Spillane (1985: 9) dalam Hadiwijoyo (2012), pariwisata sudah ada sejak dimulainya peradaban manusia dengan ditandai oleh adanya pergerakan penduduk yang melakukan ziarah dan perjalanan agama. Manusia menyadari bahwa pariwisata merupakan agen perubahan yang mempunyai kekuatan besar dan dahsyat, namun kajian aspek sosial budaya dari kepariwisataan relatif jauh tertinggal (Pitana, 1994) dalam Hadiwijoyo (2012). Defenisi lain mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, turisme. Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu *Pari* yang berarti banyak, penuh atau berputar-putar, dan *Wisata* yaitu perjalanan, jadi *Pariwisata* adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain (Abdurachman, 1998: 71). *Kepariwisataan* adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata, sedangkan orang melakukan wisata disebut dengan *wisatawan*.

Makna dari kata pariwisata atau lebih populer dengan istilah *tourism* adalah bahasa Inggris pada dasarnya yang dimaksudkan bermakna sebagai kegiatan perjalanan atau bepergian. Methieson dkk., (1982); Pendit (1987); Spillane (1994: 12) mendefinisikan pariwisata

sebagai suatu rangkaian kegiatan perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha untuk mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Ini mencakup kepergian untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian dan darmawisata/ekskursi. Selanjutnya Methieson dan Wall (1982) mengatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu:

1. *a dynamic element*, yaitu travel ke suatu di daerah destinasi wisata;
2. *a static element*, yaitu singgah di daerah tujuan; dan
3. *a consequential element*, atau akibat dari dua hal diatas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan).

Lebih lanjut Spillane (1994 : 14) secara luas pariwisata dapat dilihat sebagai kegiatan mengembangkan potensi obyek dan daya wisata serta kawasan-kawasan wisata potensial secara berkelanjutan (*sustainable tourism development*) dan kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik.

Nugroho (2011: 17) mendefenisikan ekowisata atau pariwisata adalah kegiatan yang dikemas secara profesional, terlatih, dan memuat unsur pendidikan, sebagai suatu sektor usaha ekonomi, yang mempertimbangkan warisan budaya, partisipasi dan kesejahteraan

penduduk lokal serta upaya-upaya konservasi sumber daya alam dan lingkungan.

Yoeti dalam Payangan (2005) memberikan definisi pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Dengan kata lain suatu perjalanan pariwisata yang tidak dikaitkan dengan maksud-maksud lain, selain mengisi waktu luang dalam masa-masa liburan.

Menurut H.Kodhyat (1983: 4); Wahab (1975: 55) mengemukakan definisi pariwisata yaitu pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Berkaitan dengan pengertian tersebut lebih lanjut Wahab (1975: 57) mengemukakan bahwa batasan pariwisata hendaknya memperlihatkan anatomi dari gejala-gejala yang terdiri dari tiga unsur, yakni: manusia (*man*), yaitu orang melakukan perjalanan wisata; ruang (*space*), yaitu

daerah atau lingkup tempat melakukan perjalanan; dan waktu (*time*), yaitu waktu yang digunakan selama perjalanan tinggal di daerah tujuan.

Sejalan dengan pengertian-pengertian di atas, maka Spillane (1994) mengemukakan bahwa unsur-unsur produk pariwisata dikategorikan dalam tiga bagian, yaitu:

1. Produk alamiah. Produk ini merupakan bukan hasil karya manusia, yang dapat berupa: a) iklim yang meliputi: udara yang nyaman, sinar matahari dan sebagainya; b) tata letak tanah dan pemandangan alam yang meliputi: dataran, pegunungan dengan panorama indah, danau, sungai, pantai, air terjun, gunung berapi, gua dan lainnya; c) unsur rimba yang meliputi: hutan-hutan lebat, pepohonan atau tumbuhan langka; d) flora dan fauna yang meliputi: aneka tumbuhan kemungkinan memancing, berburu, taman nasional, taman suaka binatang buas dan sebagainya; e) pusat-pusat kesehatan yang meliputi: sumber air, mineral alam, kolam lumpur yang berkhasiat untuk mandi, dan sumber air panas untuk penyembuhan.
2. Produk buatan manusia dapat berupa: a) monumen-monumen dan peninggalan sejarah dari peradaban manusia pada masa lalu; b) tempat-tempat budaya, seperti museum, gedung kesenian, tugu, perpustakaan, pentas-pentas budaya rakyat, dan industri kerajinan tangan; c) upacara-upacara adat tradisional dan karnaval; dan d) bangunan-bangunan raksasa serta biara-biara keagamaan.

3. Produk prasarana penunjang berupa: a) prasarana umum, seperti: untuk penyediaan air bersih, listrik, prasarana jalan, dan telekomunikasi b) kebutuhan pokok dan pola hidup modern, seperti: rumah sakit, apotik, bank, pusat-pusat perbelanjaan, toko bahan makanan dan minuman; c) prasarana wisata, seperti: hotel, motel, bangunan-bangunan wisata sosial (desa wisata), restoran, dan kedai minuman; d) tempat-tempat menemui wisatawan seperti: agen-agen perjalanan, dan usaha *rent car*; e) tempat rekreasi dan olah raga; f) sarana pencapaian dan transportasi penunjang, seperti: bandar udara, pelabuhan laut, kereta api dan sarana angkutan lainnya.

Menurut Purwowibowo (1998: 4), kepariwisataan memiliki arti yang sangat luas, bukan hanya sekedar bepergian dan berwisata saja, tetapi berkaitan pula dengan obyek dan daya tarik wisata yang dikunjungi, sarana transportasi yang digunakan, pelayanan, akomodasi, restoran dan rumah makan, hiburan, interaksi sosial antara wisatawan dengan penduduk setempat serta usaha pariwisata. Karena itu pariwisata dapat dilihat sebagai suatu lembaga dengan banyak interaksi, kebudayaan dengan sejarahnya, kumpulan pengetahuan, dan jutaan orang yang merasa dirinya sebagai bagian dari kelembagaan ini, sehingga pariwisata sebagai konsep dapat dipandang dari berbagai perspektif yang berbeda.

Pendit (2003: 33) menjelaskan tentang kepariwisataan sebagai berikut:

1. Kepariwisataaan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program program kebersihan atau kesehatan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya, yang kesemuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi masyarakat dalam lingkungan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar.
2. Kepariwisataaan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan ditengah-tengah industri lainnya.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi:

1. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata
2. Perusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti: kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.

3. Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata, yakni: a) usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, impresariat, konsultan pariwisata, informasi pariwisata); b) usaha sarana pariwisata yang terdiri dari: akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan sebagainya; dan c) usaha-usaha jasa yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri non migas yang dapat menarik devisa dalam negeri. Pengembangan sektor pariwisata saat menjadi salah satu leading sektor yang dapat mempercepat pembangunan nasional, provinsi dan kabupaten/kota. Berbagai potensi obyek wisata yang dimiliki bangsa Indonesia belum mampu dioptimalkan pemanfaatannya untuk menarik wisatawan. Hal ini menjadi tantangan pemerintah dalam mengembangkan obyek-obyek wisata yang terdapat didaerahnya.

Pembangunan sektor pariwisata merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang pelaksanaannya melibatkan tiga *stakeholder* kunci yakni pemerintah, swasta dan masyarakat. Pengembangan sektor ini dilaksanakan secara lintas sektoral yang melibatkan banyak institusi baik tingkat lokal, regional, nasional bahkan internasional. Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor andalan (*leading sector*) di samping industri kecil dan agroindustri, merupakan suatu instrumen untuk menghasilkan devisa dan sekaligus diharapkan akan memperluas dan

meratakan kesempatan berusaha, lapangan kerja serta memupuk rasa cinta tanah air, sehingga pembangunan pariwisata harus terus dilakukan.

Harus diakui bahwa secara ekonomis pembangunan kepariwisataan memberikan beberapa keuntungan seperti: 1) dapat menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan, 2) meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, 3) mendorong dan mempercepat perkembangan pembangunan suatu daerah, dan 4) mendorong peningkatan bidang pembangunan sektor lainnya. Namun juga harus diakui dan tidak dapat dihindari bahwa pembangunan kepariwisataan akan memberikan beberapa dampak, seperti: menyebabkan timbulnya konflik antara pembangunan lahan dengan memodifikasi karakteristik sosial dan ekonomi tujuan wisata. Beberapa dampak tersebut tidak mungkin untuk dihindari.

Karena itu, menurut Nugroho (2011: 29) pengembangan ekowisata atau pariwisata dalam konteks perencanaan wilayah menyajikan karakteristik pendekatan sistem dan sumber daya publik. Dua hal tersebut merupakan landasan konseptual pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan, sekaligus menjadi penentu daya saing wilayah, jasa ekowisata dalam pariwisata merupakan salah satu pintu masuk, sebagai pendekatan ekonomi, yang menelaah dan mengkaji sumberdaya alam dan lingkungan dalam kaidah-kaidah konservasi, jasa ekowisata dalam pariwisata adalah sektor riil terdepan yang mengemas jasa lingkungan

dan budaya sehingga menghasilkan manfaat bagi banyak kepentingan untuk mendukung pembangunan wilayah.

Hadinoto (1996) berpendapat bagi para perencana pembangunan kepariwisataan perlu memiliki kesadaran yang realistis dalam menyusun konsep pembangunan dan pengembangan kepariwisataan tersebut. Artinya dalam pelaksanaan pengembangan kepariwisataan, kriteria apapun yang menjadi tujuan, hendaknya harus tetap berpedoman pada: prinsip layak sosial, layak teknis dan layak pendapatan dengan kata lain bahwa pembangunan dan pengembangan kepariwisataan tidak akan dilakukan kalau secara ekonomis tidak menguntungkan dan tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan devisa negara.

D. Masalah Jenis Obyek dan Daya Tarik Wisata

Obyek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. obyek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan (Hadiwijoyo, 2012).

Lebih lanjut Hadiwijoyo (2012) mengemukakan obyek dan daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu:

1. Obyek Wisata alam

Obyek wisata alam adalah sumberdaya alam yang berpotensi serta memiliki bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya.

2. Obyek Wisata Sosial Budaya

Obyek wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai obyek dan daya tarik wisata meliputi meseum, peninggalan sejarah, situs arkeologi, upacara adat, kerajinan dan seni pertunjukan.

3. Obyek Wisata Minat Khusus

Obyek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatan yang mempunyai motivasi khusus.

Obyek dan daya tarik wisata mencakup segala sesuatu yang dapat dinikmati wisatawan di daerah tujuan wisata, sehingga dalam pembangunan pariwisata, obyek dan daya tarik wisata adalah merupakan sasaran atau fokus utama, disebabkan: a) Merupakan penyebab utama motivasi wisatawan mengunjungi suatu tempat, dan b) Dalam pembangunannya berdasarkan orientasi yang terfokus dan terpadu, misalnya bila daya tarik wisata untuk konvensi maka keterpaduannya adalah dengan membangun sarana dan juga prasarana yang berhubungan dengan itu, baik akomodasi, alat transportasi dan lain-lain (Sihite, 2000).

Lebih lanjut Sihite (2000), menjelaskan bahwa obyek dan atraksi wisata itu sendiri sudah termasuk di dalam produk industri wisata, sama halnya dengan daerah tujuan wisata adalah juga merupakan produk dari industri wisata, yang didalamnya adalah obyek dan atraksi wisata.

Terdapat banyak jenis daya tarik wisata dan dibagi dalam berbagai macam sistem klasifikasi daya tarik. Secara garis besar daya tarik wisata diklasifikasikan kedalam tiga klasifikasi, yaitu: 1) daya tarik alam, 2) daya tarik budaya, dan 3) daya tarik buatan manusia. Walaupun demikian ada yang membagi jenis obyek dan daya tarik wisata ini kedalam dua kategori saja, yaitu: 1) obyek dan daya tarik wisata alam, dan 2) obyek dan daya tarik wisata sosial budaya

Selanjutnya, Pendit (1990), menjelaskan bahwa obyek dan daya tarik wisata dapat dikategorikan sebagai berikut: 1) Obyek dan daya tarik wisata alam yang berbasis lingkungan alam seperti iklim, pemandangan yang indah, kawasan laut, flora dan fauna serta kawasan konservasi, 2) obyek dan daya tarik wisata yang berbasis pada aktivitas manusia, area arkeologi, sejarah, budaya, kerajinan tangan, museum, festival budaya, dan keramahan penduduk, dan 3) obyek dan daya tarik wisata yang khusus merupakan atraksi buatan seperti taman hiburan, sirkus, perbelanjaan, tempat konferensi, olahraga dan rekreasi.

Dalam Marpaung (2000), dijelaskan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan/atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung

untuk datang ke suatu daerah/tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Misalnya, penyediaan aksesibilitas atau fasilitas dan sarana pendukung lainnya. Oleh karena itu suatu daya tarik wisata, karena tanpa adanya suatu daya tarik disuatu areal /daerah tertentu, kepariwisataan sulit dikembangkan. Pariwisata biasanya akan lebih berkembang jika disuatu daerah terdapat lebih dari satu jenis obyek dan daya tarik wisata.

Hal yang perlu diperhatikan dengan pengembangan suatu obyek dan daya tarik wisata yang potensial adalah harus dengan melakukan penelitian, inventarisasi dan evaluasi sebelum fasilitas wisata dikembangkan disuatu area tertentu. Hal ini penting agar pengembangan daya tarik wisata yang ada dapat sesuai dengan keinginan pasar potensial dan untuk menentukan pengembangan yang tepat dan sesuai.

Menurut Suswantoro (2001), pengembangan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan, seperti sebagai berikut :

- a. Kelayakan Finansial. Kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan obyek wisata tersebut. Kalkulasi untung rugi harus diperhitungkan dari awal, berkaitan dengan berapa lama

tenggang waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal yang telah diinvestasikan.

- b. Kelayakan Sosial Ekonomi Regional. Kelayakan ini berkaitan dengan apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun obyek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional, dapat menciptakan lapangan kerja/berusaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, dapat meningkatkan penerimaan pada sektor lain, seperti: pajak, perindustrian dan perdagangan, pertanian, dan sektor lainnya. Dalam kaitan tersebut, pertimbangan tidak semata-mata komersial saja, tetapi juga memperhatikan dampaknya secara luas, seperti jasa transportasi, akomodasi, restouran dan sebagainya.
- c. Kelayakan Teknis. Pembangunan obyek wisata dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada. Daya tarik suatu obyek wisata akan berkurang atau bahkan hilang apabila obyek wisata tersebut tidak memiliki daya dukung, misalnya membahayakan para wisatawan
- d. Kelayakan Lingkungan. Kelayakan ini berkaitan dengan kelestarian lingkungan. Pembangunan obyek wisata pada dasarnya bukan untuk merusak lingkungan, tetapi memanfaatkan sumberdaya alam untuk kemaslahatan manusia sehingga terjadi keseimbangan, keselarasan dan keserasian hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungan alam dan manusia dengan Tuhannya.

Daya tarik wisata juga disebut obyek wisata, merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Mengingat kedudukan yang sangat menentukan itu maka daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang.

Membangun suatu obyek wisata harus dirancang sedemikian rupa dan umumnya kemampuan daya tarik suatu obyek wisata sangat ditentukan oleh: a) adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih ditempat obyek wisata, b) adanya aksesibilitas yang lancar, mudah dan aman ke lokasi obyek wisata, c) adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka, d) adanya prasarana/sarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir, e) keindahan dan daya tarik panorama alam didaerah obyek wisata seperti keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya, f) adanya kemampuan daya tarik tinggi dan nilai khusus seperti bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau (Suwantoro 2001: 19).

E. Konsep Wisata Bahari

Wisata bahari adalah seluruh kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan kesenangan, tantangan, pengalaman baru, kesehatan yang hanya dapat dilakukan di wilayah perairan. Wisata bahari dengan kesan penuh makna bukan semata-mata memperoleh hiburan dari berbagai

suguhan atraksi dan suguhan alami lingkungan pesisir dan lautan tetapi juga diharapkan wisatawan dapat berpartisipasi langsung untuk mengembangkan konservasi lingkungan sekaligus pemahaman yang mendalam tentang seluk beluk ekosistem pesisir sehingga membentuk kesadaran bagaimana harus bersikap untuk melestarikan wilayah pesisir dimasa kini dan dimasa yang akan datang. Jenis wisata yang memanfaatkan wilayah pesisir dan lautan secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan langsung di antaranya berperahu, berenang, *snorkeling*, *diving*, memancing. Kegiatan tidak langsung seperti olahraga pantai, piknik menikmati atmosfer laut (Nurisyah, 1998). Konsep wisata bahari didasarkan pada *view*, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni budaya dan karakteristik masyarakat sebagai kekuatan dasar yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Wheat (1994) berpendapat bahwa wisata bahari adalah pasar khusus untuk orang yang sadar akan lingkungan dan tertarik untuk mengamati alam. Steele (1993) menggambarkan kegiatan *ecotourism* bahari sebagai proses ekonomi yang memasarkan ekosistem yang menarik dan langka.

Wisata bahari merupakan suatu bentuk wisata potensial termasuk di dalam kegiatan "*Clean industry*". Pelaksanaan wisata bahari yang berhasil apabila memenuhi berbagai komponen yakni terkaitnya dengan kelestarian lingkungan alami, kesejahteraan penduduk yang mendiami wilayah tersebut, kepuasan pengunjung yang menikmatinya dan

keterpaduan komunitas dengan area pengembangannya Siti Nurisyah (dalam Niki, 2002).

Prinsip utama ekowisata dapat juga di aplikasikan karena wisata bahari termasuk bagian dari ekowisata. Maka dari itu ada lima prinsip utama dari ekowisata yang di rumuskan oleh Low Choy dan Heillbronn (dalam Niki, 2002) Lingkungan; *ecotourism* bertumpu pada lingkungan alam, budaya yang *relative* belum tercemar atau terganggu yaitu;

1. Lingkungan; ekotorisme bertumpu pada lingkungan alam, budaya yang relatif belum tercemar atau terganggu
2. Masyarakat; ekotorisme harus memberikan manfaat ekologi, sosial dan ekonomi langsung kepada masyarakat.
3. Pendidikan dan Pengalaman; ekotorisme harus dapat meningkatkan pemahaman akan lingkungan alam dan budaya dengan adanya pengalaman yang dimiliki.
4. Berkelanjutan; ekotorisme dapat memberikan sumbangan positif bagi keberlanjutan ekologi lingkungan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
5. Manajemen; ekotorisme harus dikelola secara baik dan menjamin sustainability lingkungan alam, budaya yang bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan sekarang maupun generasai mendatang.

Wheat (1994) dalam Niki (2002) berpendapat bahwa wisata bahari adalah pasar khusus untuk orang yang sadar akan lingkungan dan tertarik untuk mengamati alam. Steele (1993) menggambarkan kegiatan

ecotourism bahari sebagai proses ekonomi yang memasarkan ekosistem yang menarik dan langka.

Pengertian wisata bahari atau tirta seperti dinyatakan (Pendit, 2003: 41) menyatakan bahwa jenis pariwisata ini dikaitkan dengan kegiatan olah raga air lebih-lebih di danau, bengawan, pantai, teluk atau lautan lepas seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi selancar, mendayung dan sebagainya. Aktivitas bahari ini dapat dijumpai di daerah Bunaken Sulawesi Utara, Wakatobi, Gili Air, Gili Meno dan Gili Trawangan di Lombok, Pulau Rajaampat di Papua serta beberapa kawasan pesisir pulau Bali, termasuk salah satunya berada di pesisir pantai Sanur.

Wisata bahari menurut Ardika (2000: 2) adalah wisata dan lingkungan yang berdasarkan daya tarik wisata kawasan yang didominasi perairan dan kelautan. Keraf (2000: 2) wisata bahari adalah kegiatan untuk menikmati keindahan dan keunikan daya tarik wisata alam di wilayah pesisir dan laut dekat pantai serta kegiatan rekreasi lain yang menunjang. Sarwono (2000: 2) wisata bahari adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi alam bahari sebagai daya tarik wisata maupun wadah kegiatan wisata baik yang dilakukan diatas permukaan di wilayah laut yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan ekosistemnya yang kaya akan keanekaragaman jenis biota laut.

Wisata bahari dengan kesan penuh makna bukan semata-mata memperoleh hiburan dari berbagai suguhan atraksi dan suguhan alami

lingkungan pesisir dan lautan tetapi juga diharapkan wisatawan dapat berpartisipasi langsung untuk mengembangkan konservasi lingkungan sekaligus pemahaman yang mendalam tentang seluk beluk ekosistem pesisir sehingga membentuk kesadaran bagaimana harus bersikap untuk melestarikan wilayah pesisir dan dimasa kini dan masa yang akan datang. Jenis wisata yang memanfaatkan wilayah pesisir dan lautan secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan langsung diantaranya berperahu, berenang, *snorkeling*, *diving*, pancing. Kegiatan tidak langsung seperti kegiatan olahraga pantai, piknik menikmati atmosfir laut.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa wisata bahari adalah segala aktivitas wisata yang menjadikan sumber daya alam laut beserta segala potensinya sebagai suatu daya tarik yang unik untuk dinikmati. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pariwisata bahari pantai Sanur adalah segala bentuk aktivitas wisata yang menjadikan sumber daya alam laut beserta potensinya sebagai suatu daya tarik wisata dalam batasan dimulai dari jalan setapak pedestrian sampai 100 meter setelah *reef* (Gautama, 2011).

Perlunya mengetahui batasan wilayah pesisir (*coastal zone*) lebih jelas karena belum adanya definisi wilayah pesisir yang baku. Namun demikian adanya kesepakatan umum di dunia bahwa wilayah pesisir adalah suatu wilayah peralihan antara daratan dan lautan. Apabila ditinjau dari garis pantai (*coast line*), maka suatu wilayah pesisir memiliki dua macam batas (*boundaries*), yaitu: batas yang sejajar garis pantai (*long*

shore) dan batas yang tegak lurus terhadap garis pantai (*cross-shore*). Dahuri (2008: 6).

Menurut Soegiarto (1976) definisi wilayah pesisir yang digunakan di Indonesia adalah daerah pertemuan antara darat dan laut; ke arah darat wilayah pesisir meliputi bagian daratan, baik kering maupun terendam air, yang masih dipengaruhi sifat-sifat laut seperti pasang surut, angin laut, dan perembesan air asin; sedangkan ke arah laut wilayah pesisir mencakup bagian laut yang masih dipengaruhi oleh proses-proses alami seperti sedimentasi dan aliran air tawar maupun kegiatan yang disebabkan oleh manusia (dalam Dahuri 2008: 8).

F. Permasalahan Sarana dan Prasarana Pariwisata

Berdasarkan definisi wisatawan itu sendiri, dimana wisatawan adalah orang-orang yang mengadakan perjalanan dari suatu negara ke negara lain atau pun dari suatu daerah kedaerah lainnya didalam suatu negara dengan ketentuan untuk sementara waktu saja, dimana daerah yang mereka kunjungi masih merupakan suatu daerah asing baginya. apalagi setelah kita ketahui perjalanan itu dilakukan jauh dari tempat dimana biasanya mereka tinggal, maka wisatawan tersebut sudah pasti memerlukan pelayanan yang memadai sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya yaitu semenjak ia meninggalkan rumahnya, maka oleh karena itu sebelum melakukan perjalanan wisata.

Menurut Yoeti (1996) mengatakan bahwa sebelum seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata, maka terlebih dahulu ia ingin mengetahui tentang: a) fasilitas transportasi yang akan membawanya dari dan ke daerah tujuan wisata yang ingin dikunjungi; b) fasilitas akomodasi yang merupakan tempat tinggal sementara di tempat atau di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi; c) fasilitas *catering service* yang dapat memberikan pelayanan mengenai makanan dan minuman sesuai dengan selera masing-masing; d) objek dan atraksi wisata yang ada di daerah tujuan yang akan dikunjungi; e) aktivitas rekreasi yang dapat dilakukan di tempat yang akan dikunjungi tersebut; f) fasilitas pembelanjaan dimana ia dapat membeli barang-barang pada umumnya dan souvenir pada khususnya; dan g) tempat atau toko dimana wisatawan dapat membeli atau reparasi kamera dan mencuci cetak hasil pemotretannya.

Selanjutnya menurut Lothar A. Kreck (Yoeti, 1996) membagi prasarana menjadi dua bagian penting, yaitu: a) prasarana perekonomian (*economic infrastructure*), seperti: pengangkutan (*transportation*); prasarana komunikasi (*communication infrastructure*) yang meliputi: telepon, telegraf, radio, televisi, surat kabar, dan pelayanan pos; kelompok utilitas yang meliputi: listrik, air bersih, sistem irigasi dan sumber energi; sistem perbankan; b) prasarana sosial (*social infrastructure*) seperti: sistem pendidikan, pelayanan kesehatan, faktor keamanan, petugas yang melayani wisatawan (*government apparatus*)

Menurut Sihite (2000: 130) sebagai rencana awal/pendahuluan mereka ingin mengetahui hal-hal sebagai berikut: 1) fasilitas transportasi yang akan membawanya dari dan ke daerah tujuan wisata (DTW), 2) fasilitas akomodasi, yang merupakan tempat dimana yang bersangkutan dapat menginap sementara di daerah tujuan wisata, 3) fasilitas *catering service*, yang dapat memberikan pelayanan sehubungan dengan makanan dan minumannya yang sudah tentu disesuaikan dengan seleranya, 4) aktivitas rekreasi (*recreation activities*) yang dapat dilakukannya di DTW yang akan dikunjungi, 5) obyek dan atraksi wisata yang ada pada DTW yang akan dikunjunginya, 6) fasilitas pembelanjaan (*shopping activities*), dimana ia dapat membeli ataupun juga kadang-kadang juga untuk mereparasi kamera, mencuci cetak film dan lain-lain, 7) fasilitas kantor pos (*post office*), untuk pengiriman surat-surat bagi sanak keluarga, sahabat atau instansi sehubungan dengan perjalanan yang sedang dilakukan, dan 8) fasilitas komunikasi melalui telepon, telex dan faximile serta alat komunikasi lainnya untuk pengiriman informasi yang dibutuhkannya selama melakukan perjalanan.

Banyak hal yang memerlukan perhatian dalam kaitannya dengan pengembangan kepariwisataan diantaranya menyangkut prasarana dan sarana kepariwisataan. Keseluruhan informasi yang tersebut diatas adalah menyangkut prasarana dan sarana kepariwisataan yang harus ada atau tersedia sebelum kita mempromosikan suatu daerah sebagai area tujuan wisata.

1. Prasarana Kepariwisataaan

Yang dimaksud dengan prasarana kepariwisataan adalah semua jenis fasilitas yang tersedia serta yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Sihite: 131). Sedangkan Lothar dalam *International Tourism* membagi prasarana dalam dua bagian penting yaitu :

- a. Prasarana Perekonomian (*Economic Infrastructures*), yaitu: 1) pengangkutan, 2) prasarana komunikasi (*communication infrastructures*), 3) utilitas, dan 4) sistem perbankan (*banking system*).
- b. Prasarana Sosial (*Social Infrastructures*), adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau terjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. prasarana sosial ini meliputi: 1) sistem pendidikan; 2) pelayanan kesehatan, 3) faktor keamanan, dan 4) petugas pemerintah yang langsung melayani wisatawan.

Wahab Salah *Tourism Management*, membagi prasarana atas tiga bagian yang penting dan satu diantaranya disebut sebagai prasarana pariwisata. Ketiga prasarana yang dimaksud adalah :

1. Prasarana Umum (*General Infrastructures*), yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak, yang bertujuan untuk membantu kelancaran perekonomian. Prasarana ini meliputi: a) pembangkit listrik dan sumber energi lainnya, b) sistem penyediaan air

bersih, c) sistem jaringan jalan, d) sistem irigasi, e) perhubungan dan telekomunikasi

2. Kebutuhan Masyarakat banyak (*Basic needs of civilized life*). Yang termasuk dalam kelompok ini adalah rumah sakit, Apotek, bank, kantor pos, pompa bensin, administrasi pemerintahan (polisi, pengadilan, pemerintah umum dan badan legislatif lainnya).
3. Prasarana Kepariwisataaan (*Tourism Infrstructure*), yaitu segala bentuk usaha atau organisasi yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Prasarana Kepariwisataaan ini meliputi :
 - a. *Receptive Tourist Plant*. Perusahaan yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan pada Daerah Tujuan Wisata (DTW), merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan, yang dilakukan oleh *Travel Agent* dan *Tour Operator*, penerangan, penjelasan, promosi dan propaganda tentang suatu daerah tujuan wisata. Contoh *Tourist Information Center*, *Travel Agent* dan *Tour Operator*.
 - b. *Residential Tourist Plant*, Yaitu semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan para wisatawan untuk menginap dan tinggal untuk sementara waktu didaerah tujuan wisata. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah semua bentuk akomodasi yang diperuntukan bagi wisatawan, segala bentuk Motel (*motor*

hotel), Apartel (*apartemen hotel*), Villa, Wisma, Perumahan Rakyat (*home stay*), Cottages, Bungalow, dan perkemahan (*camping sites*). Termasuk juga dalam kelompok ini berupa rumah makan, restoran *self-services*, *cafeteria*, *coffee shop*, dan bar.

- c. *Recreative and Sportive Plant*, Yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan olah raga. Termasuk dalam kelompok ini adalah fasilitas bermain golf, main ski (laut dan pegunungan), kolam renang, perahu layar (*boating*), berselancar (*surfing*), memancing (*fishing*), lapangan tenis (*tenniscourt*) dan fasilitas lainnya.

2. Sarana Kepariwisata

Wahab Salah, mendefinisikan sarana kepariwisataan adalah semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan pada wisatawan, tetapi hidup dan kehidupannya tidak selamanya tergantung pada wisatawan. Sarana kepariwisataan dikelompokkan dalam tiga yang satu sama lainnya saling melengkapi. Ketiga sarana tersebut meliputi :

- a. Sarana Pokok Pariwisata (*Main Tourist Suprastructures*)

Sesuai dengan namanya, sarana ini menyediakan fasilitas pokok yang ikut menentukan keberhasilan suatu daerah menjadi daerah tujuan wisata. Banyak perusahaan yang menggantungkan hidupnya dari arus kunjungan wisatawan, atau orang yang melakukan perjalanan wisata, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan Domestic. Termasuk kedalam kelompok kepariwisataan adalah

perusahaan-perusahaan yang menyediakan pelayanan kepada para wisatawan di tempat yang dituju, seperti: a) *travel agent* dan *tour operator*, b) *tourist transportation*, c) hotel dan akomodasi lainnya, d) *catering trades*, dan e) obyek wisata dan atraksi wisata

b. Sarana Pelengkap (*Supplementing Tourism Suprastructure*)

Sarana pelengkapan merupakan perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak lain hanyalah untuk melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi fungsi yang terpenting adalah untuk membuat agar para wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW). Yang masuk dalam kategori ini adalah: 1) sarana olah raga, seperti: lapangan tennis, lapangan golf, lapangan basket, kolam renang, permainan bowling, daerah perburuan, berlayar, berselancar, dan fitness; 2) sarana ketangkasan, seperti: permainan bola sodok, jackpot, permainan catur, menunggang kuda, dan bridge; 3) Sarana Penunjang (*Supporting Tourism Suprastructures*)

Perusahaan yang dapat menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok yang berfungsi bukan saja untuk membuat wisatawan lebih lama tinggal tetapi yang lebih penting adalah untuk membuat wisatawan lebih banyak mengeluarkan uangnya atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjungi. Sarana penunjang ini baik juga disediakan untuk wisatawan-wisatawan yang datang walaupun itu tidak mutlak, karena tidak

semuanya membutuhkan pelayanan tersebut, seperti *night club* dan *steambaths*.

G. Isu Tentang Konsep dan Jenis Wisatawan

Kata wisatawan (*tourist*) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seseorang haruslah seorang *traveller*, tetapi tidak semua *traveller* adalah *tourist* (Pitana, 2009: 35).

Wisatawan adalah orang yang tanpa membedakan ras, jenis kelamin, bahasa dan agama, yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perlanjutan yang lain daripada negara dimana orang itu biasanya tinggal dan berada didaerah tujuan kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non-migrasi yang legal, seperti perjalanan wisata, rekreasi, olah raga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan atau urusan usaha/bisnis (Yoeti, 1987).

Leiper (1990: 10) mendefinisikan seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan (dari sisi perilakunya) apabila memenuhi beberapa kriteria berikut:

1. Melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggal normalnya sehari-hari.
2. Perjalanan tersebut dilakukan paling sedikit semalam tetapi tidak secara permanen.
3. Dilakukan pada saat tidak bekerja atau mengerjakan tugas rutin lain tetapi dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari

interaksinya dengan beberapa karakteristik tempat yang dipilih untuk dikunjungi.

Theobald (2005: 11-12) mengemukakan beberapa elemen yang dipakai sebagai patokan untuk menentukan apakah seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan atau tidak menurut standar internasional, yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan perjalanan (*purpose of trip*). Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan selain untuk tujuan bisnis (*leisure traveling*), walau ada kalanya sebuah perjalanan bisnis dapat diikuti oleh kegiatan wisata (non-bisnis).
2. Jarak perjalanan dari tempat asal (*distance traveled*). Untuk tujuan statistic, ketika memperhitungkan jarak perjalanan wisata, beberapa Negara memakai jarak ulang-alik (*round trip*) antara tempat tinggal dan tujuan wisata. Umumnya jarak yang dipakai bervariasi antara 0 - 160 km (0-100 mil) tergantung ketentuan masing-masing Negara. Oleh karenanya, perjalanan yang dilakukan seseorang, walau bukan untuk bisnis, tetapi bila kurang dari ketentuan yang ditetapkan, maka orang tersebut tidak akan dihitung sebagai wisatawan.
3. Lamanya perjalanan (*duration of trip*). Umumnya definisi mengenai wisatawan mencakup perjalanan paling tidak satu malam (*over night*) di tempat yang menjadi tujuan perjalanan. Namun adakalanya persyaratan ini dikesampingkan mencakup pada kasus perjalanan wisata yang memang didesain kurang dari 24 jam tetapi nyata-nyata

berdampak pada kegiatan bisnis pariwisata, seperti restoran, atraksi wisata, hotel, dan sebagainya, di daerah tujuan wisata.

Menurut WTO (*World Tourism Organization*), "Wisatawan (*tourist*), seorang pengunjung untuk sekurang-kurangnya satu malam tapi tidak lebih dari satu tahun dan yang dimaksud utama kunjungannya adalah tidak lain dari melaksanakan suatu kegiatan yang mendatangkan penghasilan dari negeri yang dikunjungi" (Hari, 1997: 20-22).

Konsep IUOTO (*International Union Of Official Tourist Organization*), menjelaskan bahwa wisatawan adalah pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara/daerah yang dikunjungi dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi berikut:

- a. Pesiar (*leisure*) seperti untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, dan misi.
- c. Pelancong (*Excursionist*), yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ketempat yang lain dari tempat tinggalnya dan melakukan persinggahan sementara untuk jangka waktu lebih dari 24 jam ditempat yang ditujunya, guna memenuhi keperluan tertentu yang timbul dalam kehidupannya.

Mengacu pada definisi di atas, maka jika dilihat berdasarkan sifat perjalanan, lokasi dimana perjalanan dilakukan, maka wisatawan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Wisatawan Asing (*Foreign Tourist*), adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan negara dimana ia biasanya tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara (wisman).
2. *Domestic Foreign Tourist*, adalah orang asing yang bertempat tinggal di suatu negara/daerah karena tugas, dan melakukan perjalanan di wilayah negara/daerah dimana ia tinggal.
3. *Domestic Tourist*, adalah seorang warga negara/daerah suatu negara/daerah yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah nagaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.
4. *Indigenous Foreign Tourist*, adalah warga negara suatu negara tertentu, karena tugasnya atau jabatannya berada diluar negeri, pulang kenegara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara/daerahnya sendiri.
5. *Transit Tourist*, adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemaunnya sendiri.

Para wistawan motivasinya berbeda-beda dalam melakukan perjalanan dan sikapnya terhadap daerah tujuan wisata. Jarang sekali terjadi bahwa suatu perjalanan dilakukan hanya sebatas untuk

memuaskan satu kebutuhan saja. Biasanya suatu perjalanan diharapkan akan dapat menghasilkan pengalaman-pengalaman yang dapat memuaskan banyak kebutuhan.

1. Fasilitas : Akomodasi, Transportasi, Utilitas, Fasilitas rekreasi dan olahraga.
2. Nilai estatis : Obyek Wisata, iklim dan cuaca.
3. Waktu/biaya : Jarak dari tempat asal, waktu dan biaya perjalanan, harga/tarif pelayanan.
4. Kualitas hidup : Keramah-tamahan penduduk, bebas pencemaran dan keamanan.

H. Hasil Studi Empiris Sebelumnya

Hasil penelitian Darusman (1991), menyatakan bahwa jumlah kunjungan rekreasi masyarakat ke obyek wisata dipengaruhi oleh biaya perjalanan yang terdiri dari biaya transportasi, akomodasi, dan biaya karcis masuk atau pungutan lainnya. Makin besar biaya perjalanan maka makin rendah kunjungan dari masyarakat tersebut.

Menurut Kadir (1993) untuk Sulawesi Tenggara, bahwa kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang bertujuan untuk rekreasi berpengaruh positif terhadap permintaan sarana dan prasarana obyek wisata di Sulawesi Tenggara. Sementara menurut Ld. Hanafie (2003) untuk Kota Kendari, bahwa pendapatan dan umur berpengaruh negatif terhadap permintaan wisata alam sedangkan jarak berpengaruh positif terhadap permintaan wisata alam.

Menurut Yoeti (2003) Jumlah anggota keluarga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata, Salah faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata adalah Intensitas Keluarga, jumlah anggota keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang kecil maka kemungkinan besar untuk melakukan suatu perjalanan wisata.

Studi Cahyono (1995) menjelaskan bahwa tingkat kunjungan masyarakat ke obyek rekreasi tidak dipengaruhi oleh faktor tingkat pendidikan, umur, jumlah tanggungan keluarga, dan jenis pekerjaan pengunjung. Sedangkan kesediaan membayar, pengunjung secara simultan dipengaruhi oleh pendapatan, penilaian pengunjung pada obyek rekreasi, biaya hidup dan jarak tempat tinggal pengunjung.

Studi Asfo (2004) menemukan bahwa untuk Kota Makassar, pekerjaan dan pendapatan wisatawan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan wisata bahari. Demikian juga dengan jumlah tenaga kerja. Sedangkan jumlah pengunjung yang membeli, modal usaha, dan jenis usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan sektor informal.

Studi Bakrie (2008) menemukan bahwa pendapatan kepala rumah tangga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan wisata alam Bantimurung. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka pilihan untuk berwisata akan semakin besar. Demikian pula biaya wisata dan pendidikan, berpengaruh positif terhadap permintaan wisata alam

Bantimurung, sedangkan pekerjaan kepala rumah tangga berpengaruh negatif terhadap permintaan wisata alam Bantimurung.

Studi Huda (2008) mengemukakan bahwa Pendapatan dan Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan wisata di Sulawesi selatan. sedangkan Pengeluaran Kunjungan, Jumlah Anggota Keluarga, Harga Tiket Kompetitor, Pekerjaan dan Jarak tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap permintaan wisata di Sulawesi Selatan.

Studi Rahim (2009) mengemukakan Permintaan wisata bahari Topejawa Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan bahwa biaya wisata, status pekerjaan, persepsi ketersediaan fasilitas, dan tujuan kunjungan responden berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap permintaan wisata Bahari Topejawa Kabupaten Takalar. Sedangkan pendapatan, tingkat pendidikan, biaya wisata dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisata Bahari Topejawa Kabupaten Takalar.

Studi Ekwarso dkk., (2010) mengemukakan bahwa jumlah kunjungan Wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu variabel pendapatan dan biaya perjalanan berhubungan negatif sedangkan persepsi responden berhubungan positif terhadap jumlah kunjungan. Berdasarkan pengujian secara simultan diketahui bahwa pendapatan, biaya perjalanan, dan persepsi responden berpengaruh terhadap jumlah kunjungan, secara

parsial dari semua variabel bebas hanya variabel biaya perjalanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan.

Studi Ismail dkk., (2011) mengemukakan bahwa sebagian besar pengunjung Taman Wisata Waduk Selorejo, berdasarkan analisis regresi dari 12 variabel independen dalam model, 6 variabel dari variabel independen secara signifikan mempengaruhi permintaan pariwisata. Variabel tersebut antara lain: biaya perjalanan, pendapatan responden, jumlah rombongan/tanggungan, umur, status hari kunjungan, rekreasi alternatif, dan waktu berada di lokasi wisata.

Studi Tazkia dkk., (2012) mengemukakan yang signifikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu Jumlah permintaan di obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget adalah biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan rata-rata keluarga perbulan. Sedangkan variabel bebas yang mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap jumlah permintaan secara statistik adalah variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Dieng), jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan.

Studi Hidayati (2012) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi intensitas kunjungan ke obyek wisata alam Danau Siais adalah tingkat pendidikan, lama perjalanan, aksesibilitas dan tingkat keamanan sedangkan yang tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap intensitas kunjungan adalah tingkat pendapatan, umur, jenis

pekerjaan responden, kondisi jalan, keindahan alam, sistem tata ruang, dan fasilitas wisata.

I. Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam konsep pembahasan ini, maka faktor-faktor yang dianggap dapat mempengaruhi permintaan wisata bahari Barane Kabupaten Majene yakni:

1. Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan akan perjalanan wisata, dimana pendapatan merupakan rata-rata penghasilan selama sebulan penuh dan pendapatan tersebut dibelanjakan untuk keperluan konsumsi maupun kebutuhan lainnya, dimana makin tinggi pendapatan seseorang maka makin besar permintaan terhadap obyek wisata karena ia mempunyai cukup uang untuk membiayai perjalanan wisata. Soekadijo (1996). Sehingga Wardiyanta (2006), dengan meningkatnya pendapatan akan mengakibatkan seseorang mampu menjangkau obyek wisata yang mahal, walaupun jaraknya jauh dari tempat tinggalnya.

2. Biaya Wisata

Biaya wisata akan mempengaruhi permintaan akan wisata karena seseorang akan melakukan wisata cenderung mengeluarkan biaya, antara lain biaya perjalanan, biaya penginapan, biaya konsumsi, dan lainnya. Jumlah kunjungan rekreasi masyarakat ke

obyek wisata dipengaruhi oleh biaya perjalanan yang terdiri dari biaya transportasi, akomodasi, dan biaya karcis masuk atau pungutan lainnya. Makin besar biaya perjalanan maka makin rendah kunjungan dari masyarakat tersebut, Darusman (1991), Sedangkan Crawson dan Knetsch (Maynard, 1992), menyatakan bahwa permintaan akan diadakannya perjalanan wisata (rekreasi) dipengaruhi oleh biaya perjalanan.

3. Jumlah anggota keluarga (*size of family*)

Menurut Sukirno (2002) efek pendapatan jika pendapatan tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit. Dengan perkataan lain, kemampuan pendapatan yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi bertambah kecil dari sebelumnya. Dengan adanya penambahan tanggungan dalam keluarga menyebabkan pendapatan riil semakin sedikit. Sehingga kemampuan pendapatan yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi bertambah kecil dari sebelumnya.

Size of family yaitu Jumlah anggota keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri (Medlik, 1980 dalam Ariyanto, 2005).

4. Tempat wisata Alternatif

Perubahan fungsi permintaan sebagai akibat perubahan harga barang lain. Kenaikan harga barang X bisa menyebabkan penurunan terhadap permintaan barang Y, tetapi bisa juga menyebabkan kenaikan permintaan terhadap barang Y, tergantung kepada keterkaitan antara barang X dan dengan barang Y. Keterkaitan barang ini adalah sebagai barang pengganti (Substitusi), yaitu suatu barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lainnya.

Sukirno (2002) salah satu efek faktor bukan harga terhadap permintaan, hukum permintaan terutama memperhatikan sifat hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta. Sedangkan dalam kenyataan sebenarnya banyaknya permintaan terhadap suatu barang juga ditentukan oleh banyak faktor lain. Salah satunya adalah cita rasa masyarakat hubungannya dengan tempat wisata alternatif, dimana cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat obyek wisata.

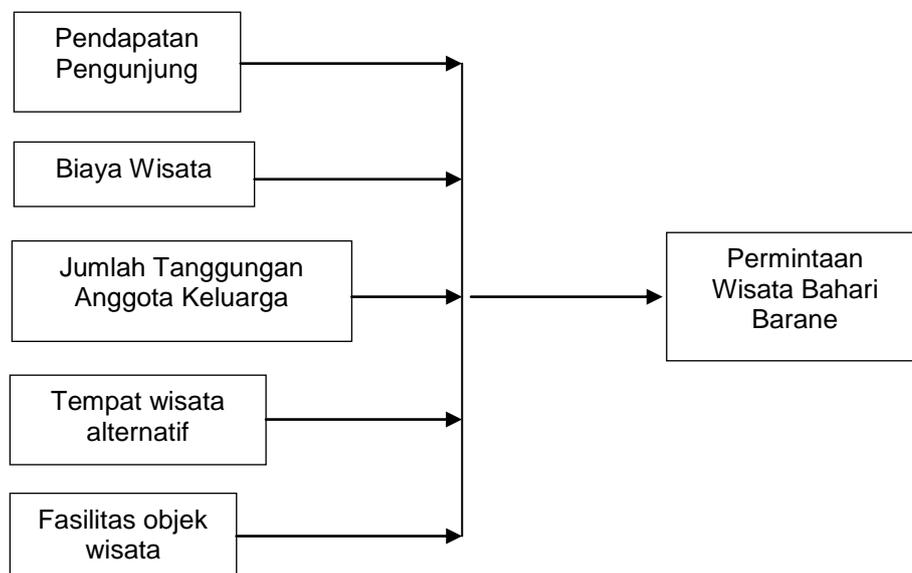
5. Fasilitas Obyek Wisata

Sukirno (2002) Tingkah laku konsumen dengan pendekatan nilai guna (utiliti) kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Dalam teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsikan barang-barang dinamakan nilai

guna atau utiliti, kalau kepuasan itu semakin tinggi maka makin tinggi nilai gunanya atau utilitinya.

Wisatawan yang berkunjung ke tempat obyek wisata ingin menikmati obyek yang tersedia di tempat tersebut. Obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya. Knudson (1980). Sedangkan Ali (1986) bahwa persepsi adalah pandangan seseorang tentang suatu obyek yang dilihat berdasarkan situasi, waktu, dan tempat.

Untuk menyederhanakan maksud dan tujuan penelitian ini, maka dapat digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian

J. Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka konseptual yang telah dikemukakan maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. Tingkat pendapatan berkontribusi positif dan signifikan terhadap permintaan wisata bahari Barane.
2. Biaya wisata berkontribusi negatif dan signifikan terhadap permintaan wisata bahari Barane.
3. Jumlah tanggungan anggota keluarga (*size of family*) berkontribusi positif dan signifikan terhadap permintaan wisata bahari Barane, artinya besar kecilnya jumlah keluarga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.
4. Tempat wisata alternatif berkontribusi negatif dan signifikan terhadap permintaan wisata bahari Barane.
5. Terdapat perbedaan permintaan kunjungan wisata berkontribusi positif dan signifikan berdasarkan penilaian responden terhadap fasilitas obyek wisata yang ada.