

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat lokasi tujuan tetapi semata-mata untuk berekreasi (Yoeti, 2006:23)

Menurut Spillane (2002: 28-31), jenis pariwisata dapat dibedakan menjadi: pariwisata untuk menikmati perjalanan, pariwisata untuk rekreasi, pariwisata untuk kebudayaan, pariwisata untuk urusan usaha dagang dan pariwisata untuk berkonvensi

.Menurut Suwanto (2004; 48) unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata alam air terjun Linggahara, meliputi :

- a. Prasarana wisata.
- b. Sarana wisata.
- c. Tata laksana (pelayanan, keamanan, dan kenyamanan).
- d. Masyarakat/lingkungan

Ada yang di sebut objek wisata yaitu orang yang melakukan kegiatan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan wisatawan. Adapun pendapat para ahli mengenai pengertian pariwisata antara lain:

1. BPS 1981, 1984, 1991

Pariwisata adalah seluruh rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementaradari tempat tinggal, kesuatu atau beberapa tujuan diluar lingkungan tempattinggal yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud mencarinafkah tetap.

2. Menurut Gamal Suwartono, SH

Kepariwisataan adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena

kepentinganekonomi, sosial, budaya, polotik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

3. UU RI No. 9 tahun 1990 pasal 7 tentang kepariwisataanPariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisatatermasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata,dan usaha lain dibidang tersebut

Definisi kepariwisataan ini sangat beragam, maka beragam pula definisiwisatawan. Beberapa ahli membatasi pengertian wisatawan sebagai seseorangyang melakukan bepergian sejauh lebih menurut 50 atau 100 mil (kurang lebih 80 atau 160km) menurut lokasi tempat tinggalnya

Menurut rumusan Internasional Union Of Official Travel Organization(IUOTO) pada tahun 1963 subyek wisata atau pelaku perjalanan dapat dibedakandalam dua pengertian yaitu wisatawan(Tourist)dan pelancong(Excursionists).Perbedaan wisatawan dan pelancong adalah

1. Wisatawan adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurang–kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dan perjalanannya dapatdigolongkan sebagai berikut :
 - b) Pesiar adalah untuk rekreasi, liburan, kesehatan, studi dan olahraga.
 - c) Hubungan dagang, sanak saudara, konferensi dan misi
2. Pelancong adalah penunjang sementara yang tinggal di negara yangdikunjungi kurang lebih 24 jam (termasuk pelancong dalam perjalanankapal pesiar termasuk yang sedang transit di pelabuhan).

Berdasarkan Smith, Stephen L.S. 1998, wisatwan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu

1. Domestic Tourism adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu Negara yang mempunyai tempat di dalam Negara yang bersangkutan
2. Inbound Tourism adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu Negara
3. Outbound tourism adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain
4. Internal tourism adalah merupakan kombinasi antara domestik dan outbound tourism
5. Internasional tourism adalah merupakan kombinasi inbound dan outbound tourism. Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi

wisatawan Internasional (mancanegara) adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya

Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi wisatawan Internasional (mancanegara) adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya. Wisatawan Nasional menurut Biro Pusat Statistik adalah sebagai berikut :

Wisatawan Nasional (Domestik) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang – kurangnya 24 jam atau menginap untuk masuk apapun kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi (Direktorat Jendral Pariwisata,1985;17).

World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan Wisatawan Nasional adalah sebagai berikut : “orang – orang yang bertempat tinggal dalam satu Negara, terlepas dari kebangsaannya, yang melakukan perjalanan kesatu tempat dalam Negara tersebut diluar tempat tinggalnya sekurang – kurangnya selama 24 jam / semalam, untuk tujuan apapun. Selain untuk mendapatkan penghasilan ditempat yang dikunjungi”.

2.1.2 Permintaan

2.1.2.1 Pengertian Permintaan

Menurut Mc. Eachern (2000) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya.

Oleh sebab itu dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. (Sukirno,2015,76)

Semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (Mc. Eachern, 2000). Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut Mc. Eachern (2000), adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

2. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan. Selera seseorang dapat dipengaruhi oleh, misalnya umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.

3. Harga Barang-barang yang berkaitan

Substitusi dan komplementer. Dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika barang x dan y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang y turun maka harga x tetap, konsumen akan membeli barang x lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang x dan y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan harga barang y akan menurunkan permintaan barang x.

4. Perubahan Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10% pertahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).

2.1.2.2 Permintaan Pariwisata

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

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

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

Pilihan individu dan anggaran belanja merupakan determinan dari permintaan pariwisata. Seseorang yang berkeinginan menghabiskan liburannya jauh dari rumah, mempunyai sejumlah uang atau anggaran yang tersedia untuk berwisata, berbelanja barang dan jasa lain. Besarnya anggaran tergantung dari 21 jumlah jam yang dihabiskan untuk bekerja yang sifatnya dibayar setiap periode waktu. Individu cenderung melakukan pertukaran antara kerja yang dibayar dengan waktu menganggur. Beberapa orang lebih memilih tambahan pendapatan yang dihasilkan dari penambahan waktu kerja dibayar, sementara pihak lain memilih tambahan waktu menganggur untuk bersantai, melakukan kegiatan rumah tangga dengan begitu konsekuensinya waktu kerja dibayar menjadi sedikit.

Menurut Cooper (dalam Indra Mulyana, 2009) terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain:

1. Permintaan aktual atau efektif
2. Suppresed demand (permintaan yang ditunda)
3. Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, maka permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau diidentifikasi secara jelas. Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisa, karena belum terealisasi transaksinya.

Permintaan pariwisata juga didasarkan pada anggaran belanja yang dimiliki. Hal ini merupakan kunci dari permintaan pariwisata. Seseorang akan mempertimbangkan untuk mengurangi anggaran yang dimilikinya untuk suatu

kepentingan liburan. Sementara itu aktivitas atau pariwisata merupakan suatu aktivitas yang dapat menciptakan permintaan karena kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan sendirinya akan pelayanan – pelayanan.

$$D_{ij} = f (Y_i, P_{ij}, E_{ij}/k, T_{ij}/k, DV)$$

Dimana

D_{ij} : permintaan pariwisata berdasarkan i terhadap j

Y_i : pendapatan pada i

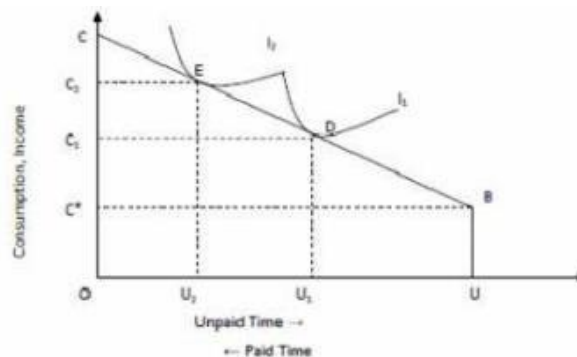
P_{ij}/k : harga dari i relatif terhadap j per k

E_{ij}/k : perubahan dasar dari i terhadap j per k

DV : variabel dummy

Salah satu contoh dari fungsi permintaan pariwisata, di mana seluruh variabelnya berdasarkan pada periode waktu tertentu, adalah (Sinclair dan Stabler, 1997) :

Jika mereka memilih untuk menghabiskan waktu kerja dibayar lebih lama dan waktu menganggur lebih sedikit, maka tingkat pendapatan mereka bertambah tetapi waktu senggang akan menjadi hilang. Dengan begitu, ada kecenderungan bahwa pendapatan sering mengambil waktu menganggur, hal ini merupakan biaya dari alternatif lain yang dikorbankan (opportunity cost). Setiap kombinasi dari waktu kerja dibayar dengan waktu menganggur menghasilkan sejumlah pendapatan atau anggaran yang dapat dibelanjakan pada barang dan jasa yang berbeda. Kombinasi dari konsumsi dan waktu tidak dibayar yang mungkin dimiliki individu digambarkan oleh garis CBU pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Konsumsi dan Waktu Menganggur

Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

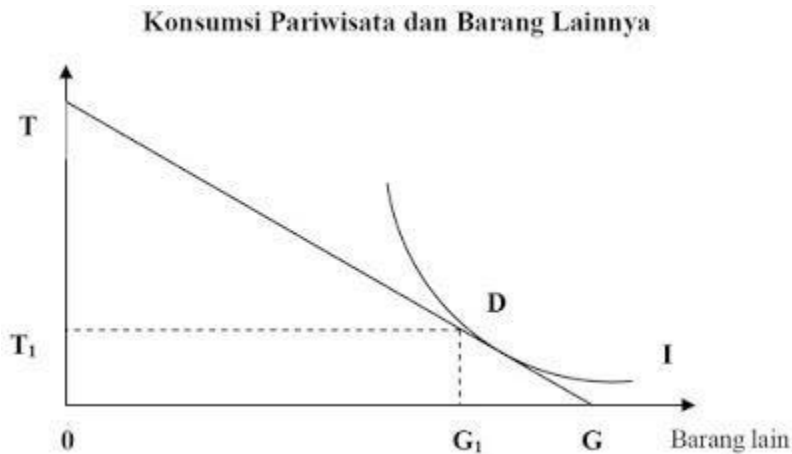
Sumbu vertikal mengukur nilai konsumsi dan sumbu horisontal mengukur pertambahan waktu menganggur, dari arah kiri ke kanan, atau pertambahan waktu kerja dibayar, dari arah kanan ke kiri. Titik OC memperlihatkan konsumsi maksimum yang merupakan hasil dari pengeluaran maksimum waktu yang dimungkinkan untuk kerja dibayar. Seseorang yang tidak bekerja mempunyai kombinasi konsumsi dan waktu menganggur B dan OC* merupakan nilai konsumsi yang dicapai individu saat menganggur. Posisi antara C dan B memperlihatkan kombinasi tengah-tengah. Garis CBU dikenal sebagai garis anggaran. Kemiringan dari garis ini mengindikasikan tingkat upah. Individu menerima kepuasan dari mengkonsumsi barang dan waktu menganggur.

Individu juga menerima kepuasan dari mengkonsumsi barang dan waktu menganggur. Perbedaan kombinasi dari konsumsi dan waktu menganggur digambarkan oleh kurva I1 dan I2. Kurva tersebut dinamakan kurva indifferen. Kurva indifferen yang letaknya jauh dari titik origin menunjukkan kombinasi dari konsumsi dan waktu menganggur yang lebih tinggi dan kepuasan yang lebih tinggi pula.

Ilmu ekonomi mengasumsikan bahwa individu menginginkan kepuasan maksimum sebisa mungkin dengan memilih kombinasi dari barang konsumsi dan waktu menganggur. Titik D pada Gambar 2.2. merupakan posisi yang mungkin dipilih individu. Titik ini menunjukkan kombinasi optimal dari konsumsi sebesar OC1 dan waktu menganggur OU1. Titik E mungkin juga dipilih individu, di mana posisi optimal adalah konsumsi sebesar OC2 dan waktu menganggur OU2.

Pada satu titik ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk pariwisata dan pada titik ekstrim lain tidak ada alokasi sama sekali untuk pariwisata dengan kata lain alokasi seluruh anggarannya untuk barang lain (selain pariwisata). Di antara kedua titik ekstrim tersebut, ada sebuah rentang kombinasi antara pariwisata dan barang dan jasa lainnya. Pilihan kombinasi pengalokasian anggaran untuk pariwisata dan pembelian barang lain digambarkan dalam budget line slope yang menunjukkan harga relatif barang dan jasa yang digambarkan oleh TG dalam Gambar 2. Titik OT adalah jumlah pariwisata yang akan dinikmati jika seseorang membelanjakan seluruh anggarannya untuk berwisata dan OG adalah jumlah barang lain yang akan dikonsumsi jika tidak ada pengeluaran untuk pariwisata. Jumlah pariwisata dan barang lain yang dikonsumsi atau dinikmati bergantung pada harga relatif pariwisata dan barang lain sehingga

harga pariwisata yang lebih rendah akan membuat lebih banyak konsumsi pariwisata, begitupun sebaliknya (Sinclair dan Stabler, 1997)



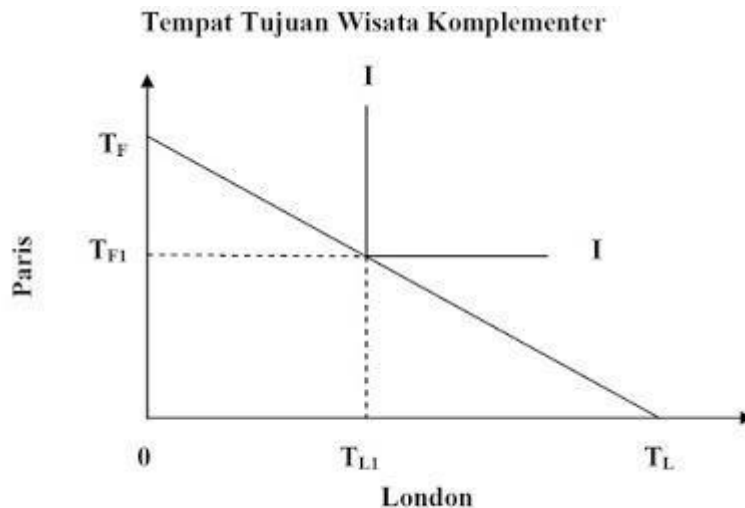
Gambar 2. 2 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya

Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang bergantung pada preferensi mereka. Kombinasi alternatif antara pariwisata dan barang lain dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama kepada konsumen, misalnya, konsumsi yang rendah terhadap pariwisata dan konsumsi yang tinggi terhadap barang lain memberikan kepuasan yang sama seperti konsumsi pariwisata yang tinggi dan konsumsi barang lain yang rendah, seperti diilustrasikan oleh kurva indifferen *I* pada Gambar 2.2. Seseorang dapat mengalokasikan anggarannya antara untuk pariwisata dan barang lain dengan memilih kombinasi yang memaksimalkan kepuasan. Pada Titik *D*, dimana kurve indifferen bersinggungan dengan budget line, menghasilkan konsumsi pariwisata sebesar OT_1 dan konsumsi barang lain sebesar OG_1 . Kepuasan maksimum berada pada Titik *D* karena pada titik tersebut kurve indifferen *I* menyinggung budget line *TG* (Sinclair dan Stabler, 1997). Untuk penerapan konsep dalam penelitian ini budget line melukiskan besarnya penghasilan rata-rata per bulan yang diperoleh oleh seorang pengunjung, kurva *I* sebagai kurva indifferen menunjukkan kombinasi antara menikmati objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget dengan objek wisata lain. Titik optimal kepuasan pengunjung akan suatu objek wisata

ditunjukkan oleh Titik D dimana garis anggaran (budget line) bersinggungan dengan kurva indifferen.

Secara nyata dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat antara keputusan untuk berwisata dengan harga mahal atau membeli perhiasan pada tingkat harga yang sama. Jika konsumen tersebut lebih berminat terhadap perhiasan, maka konsumen akan mengkombinasikan pembelian perhiasan dengan berkunjung ke tempat wisata yang lebih murah atau bahkan menghabiskan seluruh uangnya untuk membeli perhiasan.

Pada kasus tipe pariwisata yang berbeda, individu memilih kombinasi dari tipe pariwisata yang dapat bersifat substitusi atau komplementer. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 3. dan 4

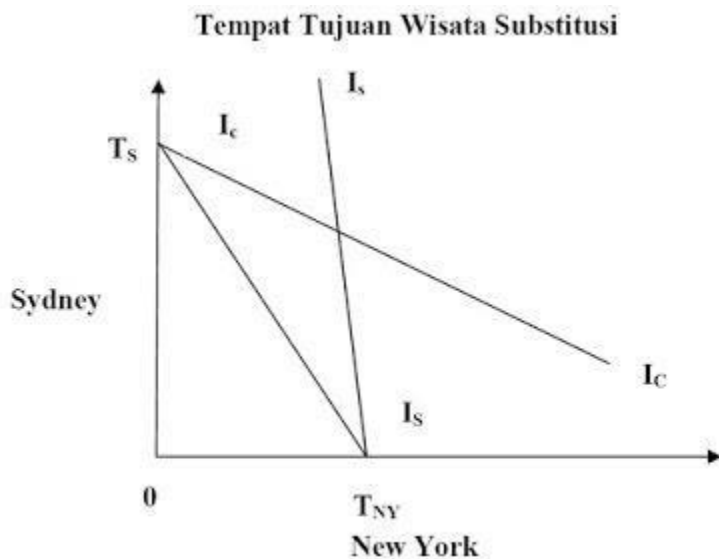


Sumber : Sinclair dan Stabler (1997)

Gambar 2. 3 Tempat Tujuan Wisata Komplementer

Sebagai contoh, London dan Paris mungkin merupakan wisata yang bersifat komplementer bagi sebagian turis Amerika. Dengan begitu, proporsi pengeluaran untuk masing-masing adalah tetap. Dari garis anggaran TFTL memperlihatkan kombinasi berbeda dari pengeluaran untuk wisata dapat dialokasikan untuk dua tujuan wisata. Kurva indifferen berbentuk L memperlihatkan proporsi alokasi yang tetap untuk masing-masing tujuan wisata tersebut.

Berdasarkan uraian mengenai tujuan wisata komplementer tersebut, maka bisa dimisalkan bahwa komplementer atau pelengkap dari Pemandian Air Panas Kalianget adalah objek wisata Dataran Tinggi Dieng . Hal ini dikarenakan selain jarak antar dua objek wisata ini relatif dekat, karakteristik wisata Pemandian Air Panas Kalianget dan Dataran Tinggi Dieng juga berbeda. Pemandian Air Panas Kalianget menawarkan air panas alami disertai dengan sarana rekreasi dan olahraga sedangkan Dataran Tinggi Dieng menawarkan pemandangan alam yang indah dan hawa yang sejuk.



Sumber : Sinclair dan Stabler (1997)

Gambar 2. 4 Tempat Tujuan Wisata Substitusi

Sumber : Sinclair dan Stabler (1997)

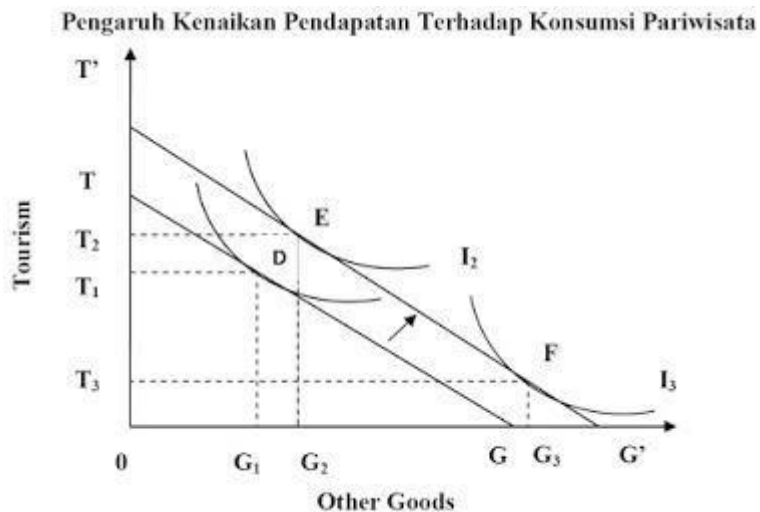
Gambar 4 mengilustrasikan tempat tujuan wisata yang bersifat substitusi dimisalkan dengan Sidney dan New York. Garis anggaran TSTNY mengindikasikan harga relatif dari dua tujuan wisata. Kurva indifferen ISIS memperlihatkan bahwa individu S menganggap dua tujuan wisata tersebut adalah substitusi, dan memilih New York sebagai tujuan wisata yang lebih disukai. Individu lain C juga menganggap dua tujuan wisata tersebut adalah substitusi tetapi dengan kesukaan yang berbeda, diilustrasikan dengan kurva indifferen ICIC dan lebih memilih Sidney daripada New York.

Berdasarkan uraian mengenai tujuan wisata substitusi tersebut, maka bisa dimisalkan bahwa substitute (pengganti) dari objek wisata Pemandian Air

Panas Kalianget ialah Obyek Wisata Dieng. Hal ini dikarenakan karakteristik kedua objek wisata tersebut hampir sama yaitu menawarkan pemandangan alam yang indah, udara yang sejuk, serta berbagai sarana rekreasi dan olahraga.

Penentuan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata ke salah satu daerah wisata tersebut akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seperti dijelaskan sebelumnya adalah harga relatif yang harus dikeluarkan untuk kedua tempat wisata tersebut.

Ilmu ekonomi menetapkan bahwa permintaan pariwisata dipengaruhi oleh pendapatan dan harga. Pada kasus kenaikan pendapatan dibanding dengan harga, pengaruhnya terhadap sebagian besar tipe pariwisata dan tujuan wisata akan signifikan. Hal ini berlaku untuk barang normal. Tetapi dapat juga kenaikan pendapatan menyebabkan penurunan permintaan, berlaku untuk barang inferior. Gambar 5. mengilustrasikan dua pengaruh tersebut



Gambar 2. 5 Pengaruh Kenaikan Pendapatan Terhadap Konsumsi Pariwisata

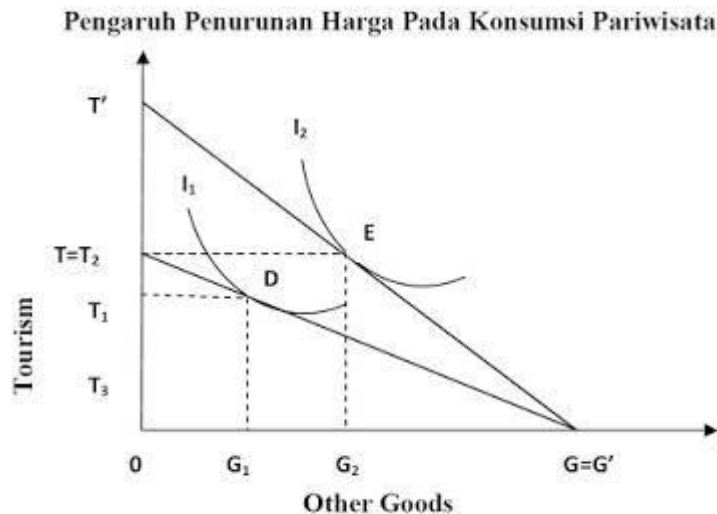
Sumber : Sinclair dan Stabler (1997)

Sumbu vertikal mengukur pariwisata dan sumbu horisontal mengukur barang lain. Garis TG dan T1G1 adalah garis anggaran sebelum dan sesudah kenaikan pendapatan, dengan asumsi harga pariwisata lain dan barang yang lain relatif konstan. Jika pariwisata adalah barang normal, kurva indifferen adalah I2, dengan begitu permintaan naik dari OT1 ke OT2 pada E. Jika

pariwisata adalah barang inferior, kurva indifferen adalah I_3 , kenaikan pendapatan membuat penurunan pariwisata dari OT_1 ke OT_3 pada F. Jika permintaan berpengaruh positif terhadap pendapatan dan kenaikan permintaan melebihi proporsinya, barang ini dikenal sebagai barang mewah dan jika permintaan naik kurang dari proporsinya, barang ini dikenal sebagai barang primer. Pada konsep elastisitas, permintaan barang mewah, elastis dengan mengikuti perubahan pendapatan, sementara untuk barang kebutuhan adalah inelastis.

Karena objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget adalah barang normal, maka berdasarkan Gambar 5. kenaikan pendapatan konsumen akan mengakibatkan garis anggaran berputar ke kanan dari TG menjadi $T'G'$ dan titik keseimbangan bergeser dari D ke E. Sebelum kenaikan pendapatan, konsumsi untuk pariwisata kalianget adalah sebesar OT_1 dan konsumsi untuk barang lain adalah OG_1 . Sehingga keseimbangan berada pada Titik D. Kepuasan maksimum konsumen juga beradapada Titik D karena kurva indifferent I_1 menyinggung garis anggaran TG. Kemudian adanya kenaikan pendapatan membuat garis anggaran berputar ke kanan dari TG menjadi $T'G'$. Konsumsi pariwisata sekarang adalah OT_2 dan konsumsi untuk barang lain adalah sebesar OG_2 dan kepuasan maksimum konsumen berada pada Titik E karena kurva indifferen I_2 menyinggung garis anggaran $T'G'$.

Kasus kedua adalah pengaruh permintaan pariwisata jika terjadi perubahan harga relatif dengan pendapatan konstan. Permintaan dan harga pada umumnya berhubungan negatif, dengan demikian penurunan secara normal akan diikuti dengan peningkatan permintaan, dan sebaliknya. Pengaruh dari penurunan harga pariwisata digambarkan pada Gambar 6.



Gambar 2. 6 Pengaruh Penurunan Harga Pada Konsumsi Pariwisata

Sumber : Sinclair dan Stabler (1997)

Pada saat pariwisata menjadi murah, anggaran individu untuk pariwisata sekarang lebih maksimum sebesar OT' . Sementara jumlah maksimum barang – barang lain yang diperoleh adalah tetap pada OG . Kombinasi optimal dari permintaan dan barang lain pada awal mula dan perubahannya ditunjukkan oleh Titik D dan E, dengan begitu penurunan harga pariwisata menyebabkan kenaikan permintaan dan kepuasan, dimana individu memperoleh OT_2 pariwisata dan OG_2 barang-barang lain dibanding dengan OT_1 dan OG_1 saat harga belum turun.

2.1.2.3 Komponen Permintaan

Selain dilihat dari sediaan, Mc. Intosh juga mengemukakan bahwa permintaan juga sangat penting dalam kepariwisataan. Jumlah permintaan untuk perjalanan atau tujuan khusus merupakan perhatian besar bagi siapa saja yang terlibat dalam kepariwisataan. Adapun data permintaan penting antara lain: berapa banyak pengunjung yang datang, menggunakan alat transportasi apa, berapa lama mereka tinggal dan apa jenis penginapan dan berapa banyak uang yang telah dihabiskan atau dibelanjakan. Ada beberapa ukuran permintaan, permintaan biasanya lebih mudah menghasilkan dan biasanya berasal dari minat umum dibanding yang lain. Teknik – teknik juga penting untuk membuat ramalan dari permintaan. Kadang – kadang usaha ini

terfokus untuk meningkatkan permintaan pada waktu – waktu tertentu, tapi tujuan dasar adalah sama untuk meningkatkan permintaan (Mc.Intosh 1995 : 297).

Menurut Mc.Intosh bahwa suatu permintaan dapat dikategorikan menjadi beberapa komponen yaitu sebagai berikut :

1. Permintaan Menjadi Sebuah Tujuan

Permintaan dalam kepariwisataan dapat dijadikan sebuah tujuan, contohnya telah terjadi dalam beberapa kasus bahwa permintaan perjalanan tujuan khusus akan menjadi kecenderungan orang – orang untuk jalan – jalan dan timbal balik dari hubungan berlawanan antara tempat asal dan tempat tujuan. (Mc.Intosh 1995 : 297 - 298).

2. Jarak Ekonomi

Jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik. (Mc.Intosh, 1995 : 298).

3. Jarak Budaya

Jarak budaya berhubungan dengan tingkat budaya dari wilayah asal wisatawan berbeda dengan budaya tuan rumah. Umumnya semakin besar jarak budaya, semakin besar ketidakinginan (Mc. Intosh, 1995 : 298).

4. Biaya Pelayanan

Semakin besar biaya pelayanan suatu tujuan, semakin besar ketidakinginan untuk pergi ketempat tersebut untuk itu permintaan menjadi rendah. Faktor ini menangkap hubungan terbalik antara harga dari sebuah barang atau pelayanan dan permintaannya. (Mc. Intosh, 1995 : 298).

5. Kualitas Pelayanan

Semakin tinggi kualitas pelayanan suatu tujuan semakin kecil ketidakinginan untuk pergi ketempat tersebut (Mc.Intosh, 1995 : 298).

6. Musim

Efek dari musim pada permintaan sangat nyata hubungan daya tarik yang diberikan suatu tempat tergantung waktu dalam tahun dari perjalanan yang direncanakan. (Mc.Intosh 1995 : 298).

Permintaan pada dasarnya sangat dipengaruhi dan dibatasi oleh persediaan. Jika aspek suatu persediaan tidak diambil berdasarkan

pertimbangan penggunaan jumlah permintaan, perencana akan dituntun kepada asumsi yang salah terhadap wilayah khusus, persediaan harus ditingkatkan untuk bertemu permintaan. Peningkatan persediaan dibutuhkan lebih dari yang lainnya. Ada beberapa ukuran dari permintaan (Mc.Intosh 1995 : 299 - 303) yaitu :

a. Kedatangan Pengunjung

Perhitungan sederhana dari jumlah orang yang datang ke tempat tujuan adalah sebuah ukuran dan pernyataan, walaupun secara khusus tidak mencukupi. Selain itu data juga sangat dibutuhkan walaupun pengunjung itu datang dengan menggunakan kapal laut atau pesawat terbang.

b. Pengunjung Siang dan Pengunjung Malam

Keterangan tentang pengunjung siang dan pengunjung malam lebih bernilai untuk perencana kepariwisataan, sehingga dapat keterangan jumlah kedatangan para pengunjung yang datang. Perencana taman umum dan meneger pantai tertarik pada jumlah pengunjung siang. Sedangkan orang – orang hotel dan penginapan lainnya menginginkan ketenangan tentang pengunjung malam.

c. Jumlah yang Dikeluarkan / Dibelanjakan

Jumlah yang dibelanjakan adalah ukuran yang berpengaruh terhadap permintaan jika digambarkan secara akurat. Tetapi ini merupakan ukuran yang paling sulit untuk diperoleh. Metoda yang paling umum untuk memperkirakan pengeluaran belanja wisatawan adalah dengan melakukan proses perkalian antara pengunjung siang dengan pengunjung malam dengan rata – rata pengeluaran belanja pengunjung siang dan pengunjung malam. Adapun pengeluaran belanja wisatawan melalui pajak yaitu dengan menggunakan pajak pada barang yang dikonsumsi misalnya pada kamar hotel atau motel dikenakan pajak sebanyak 4%.

2.1.2.4 Komponen Sediaan

Dalam komponen sediaan yang dikemukakan oleh Mc. Intosh, bahwa komponen sediaan dibagi kedalam 4 komponen (Mc.Intosh, 1995:269-270) yaitu :

1. Sumber – sumber alam

Kategori terdiri dari patokan dasar persediaan sumber alam dimana semua areanya cocok digunakan dan memberikan

kenyamanan bagi para pengunjung (iklim dan udara, bunga, bentuk tanah, hewan dan keindahan alam).

2. Infrastruktur

Komponen ini terdiri dari konstruksi yang dikembangkan di bagian bawah tanah dan permukaan tanah seperti sistem persediaan air bersih, sistem komunikasi dan listrik, saluran pembuangan kotoran, sistem drainase, konstruksi fasilitas seperti jalan raya, tempat parkir, hotel, shopping center (bersifat struktural).

3. Transportasi

Sarana transportasi adalah pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari tempat dimana ia biasanya tinggal, ketempat yang merupakan daerah tujuan, seperti kapal, pesawat, taksi dan fasilitas transportasi pengunjung lainnya.

4. Keramah tamahan dan aspek budaya

Pada suatu tempat, kekayaan budaya dapat menjadi penarik pengunjung yang baik seperti sambutan selamat datang, perlakuan penduduk lokal terhadap pengunjung, seni tinggi, sejarah, musik, shopping dan tari – tarian.

5. Didalam Undang-Undang No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan pasal 7 Secara terpadu komponen – komponen pariwisata yang akan dibahas dalam studi ini adalah obyek wisata, sarana pariwisata, dan jasa pariwisata.

1.Objek Wisata

Dalam rangka melakukan survey dan mengevaluasi obyek wisata sangat penting untuk memahami jenis – jenis daya tarik dan aktivitas wisata yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan wisata, dan bagaimana hal ini dapat dikategorikan untuk tujuan analisis (Inskeep, 1991:76). Menurut International Council of Societies of Industrial Design (ICSID, 1977),

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan.

1. Daya tarik wisata juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah

tujuan wisata. Menurut Suwantoro dalam bukunya *Dasar-dasar Pariwisata* (1997:19) mengatakan bahwa objek dan daya tarik wisata dikelompokkan atas :

2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan ke dalam pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam, pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya, pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.
3. Umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasar pada:
4. Adanya sumberdaya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
5. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
6. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
7. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
8. Objek wisata alam mempunyai daya tarik karena keindahan alam, pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya.
9. Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

2. Sarana Pariwisata

Usaha sarana pariwisata adalah berbagai bentuk usaha yang dikembangkan terkait berbagai sarana yang diperlukan untuk mendukung kegiatan wisata selama di destinasi wisata. Usaha sarana pariwisata meliputi kegiatan pembangunan, pengelolaan, dan penyelenggaraan wisata (Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 Pasal 22)

Penyediaan akomodasi. Usaha penyediaan kamar dan fasilitas lain serta pelayanan yang diperlukan;

Penyediaan makanan dan minuman. Usaha pengolahan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman yang dapat dilakukan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi ataupun sebagai usaha yang berdiri sendiri;

Penyediaan angkutan wisata. Usaha khusus atau sebagian dari usaha dalam rangka penyediaan angkutan pada umumnya yaitu angkutan khusus wisata atau angkutan umum yang menyediakan angkutan wisata;

Penyediaan sarana wisata tirta. Usaha penyediaan dan pengelolaan prasarana dan sarana serta jasa yang berkaitan dengan kegiatan wisata tirta (dapat dilakukan di laut, sungai, danau, rawa, dan waduk), dermaga serta

fasilitas olahraga air untuk keperluan olahraga selancar air, selancar angin, berlayar, menyelam dan memancing;

Penyediaan kawasan pariwisata. Usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

3. Jasa Pariwisata

Jasa pariwisata, sebagaimana jasa lainnya memiliki sifat khas, yaitu tidak bisa ditimbun dan dikonsumsi pada saat jasa tersebut dihasilkan (Yoeti, 1996:80). Jasa wisata adalah jasa yang diberikan kepada wisatawan.

Komponen pelayanan jasa wisata terdiri dari :

1. Jasa biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata;
2. Jasa agen perjalanan wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan;
3. Usaha jasa pramuwisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinir dan menyediakan tenaga pramuwisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata;
4. Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran adalah usaha dengan kegiatan pokok memberikan Jasa pelayanan bagi satu pertemuan sekelompok orang (misalnya negarawan, usahawan, cendekiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama;
5. Jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan informasi, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan.
6. Jasa impresariat adalah kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan baik yang mendatangkan, mengirimkan maupun mengembalikannya serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan

2.1.3 Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

2.1.3.1 Pengertian Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Objek dan daya Tarik wisata adalah suatu gabungan fasilitas yang berhubungan ,yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke suatu tempat. Daya Tarik yang belum tersentuh merupakan sumber daya potensial

dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata, sampai adanya suatu pengembangan tertentu.

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV tentang kepariwisataan disebutkan bahwa :

1. objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna; seperti : pemandangan alam, panorama indah,
2. objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

Menurut SK Menparpostel No. KM 98 PW. 102 MPPT – 87 yaitu : “Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan”.

2.1.3.2 Unsur Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut Karyono (1997) suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik di samping harus ada objek dan atraksi wisata, juga harus memiliki tiga syarat daya tarik, yaitu:

1. ada sesuatu yang bisa dilihat dan terlihat menarik (*something to see*)
2. ada sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*)
3. ada sesuatu yang bisa dibeli baik itu oleh-oleh maupun makanan (*something to buy*)

Menurut Spillane (2002) ada lima unsur penting dalam suatu objek wisata yaitu:

1. *attraction* atau hal – hal yang menarik perhatian wisatawan
2. *facilities* atau fasilitas – fasilitas yang diperlukan
3. *infrastructure* atau infrastruktur dari objek wisata
4. *Hospitality* atau keramahmatan, kesediaan untuk menerima tamu
5. *transportation* atau jasa – jasa pengangkutan

2.1.4 Wisatawan, Pengunjung dan Karakteristik

2.1.4.1 Wisatawan

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang- Undang nomor 10 tahun 2009).jadi semua orang yang melakukan kegiatan berwisata di namakan wisatawan ,apapun tujuan nya yang terpenting, tidak menetap dan tidak mencari nafkah ke tempat yang di kunjungi Organisasi Wisata Dunia (WTO), menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara asing dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan di tempat tersebut (Soekadijo: 1997).

Pengertian wisatawan menurut Pendit (2002) yaitu :

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk keperluan kesehatan dan sebagainya.
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk maksud menghadiri pertemuan, konferensi, musyawarah, atau di dalam hubungan sebagai utusan berbagai badan/organisasi (ilmu pengetahuan, administrasi, diplomatik, olahraga, keagamaan, dan sebagainya).
3. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.
4. Pejabat pemerintah dan orang-orang militer beserta keluarganya yang mengadakan perjalanan ke negeri lain.
5. Cohen (1972) mengklasifikasikan wisatawan atas tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen menggolongkan wisatawan menjadi empat, yaitu :
6. *Drifter*, adalah wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, yang berpergian dalam jumlah kecil.
7. *Explorer*, adalah wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, tidak mau mengikuti jalan- jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum.
8. *Individual mass tourist*, adalah wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.

9. *Organized mass tourist*, adalah wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya di tempat tinggalnya, dan dalam perjalanan selalu dipandu oleh pemandu wisata

2.1.4.2 Pengunjung dan Karakteristiknya

Menurut *International Union of Official Travel Organization (IUOTO)*, pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:

- a. Pesiar (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (*exursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata Smith (1989:13).

Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

1. Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
2. Usia adalah umur responden pada saat survei
3. Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden
4. Tingkat pendidikan responden
5. Status pekerjaan responden

6. Status perkawinan responden
7. Pendapatan perbulan responden

Sedangkan pola kunjungan responden merupakan alasan utama perjalanan adalah motif atau tujuan utama dilakukannya perjalanan tersebut meliputi:

1. Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata.
2. Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.
3. Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
4. Lama Waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan responden selama berada di objek wisata.
5. Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata.

2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Perjalanan Wisata

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah sebagai berikut Foster (1985:5):

Profil Wisatawan (Tourist Profile) Profil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:

- a. Karakteristik sosial ekonomi wisatawan (Socio-economic characteristic) yang meliputi umur, pendidikan dan tingkat pendapatan.
- b. Karakteristik tingkah laku (behavioural Characteristic) yang meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.
- c. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (travel awareness) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.
- d. Karakteristik perjalanan (trip features) yang meliputi jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya dan waktu perjalanan.
- e. Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan (resources and characteristic of destination) yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas pelayanan, kondisi lingkungan dan sebagainya.

Keempat faktor di atas dirumuskan melalui unsur penawaran (supply) dan unsur permintaan (demand). Adanya kedua unsur yang berlawanan ini

melahirkan berbagai jenis kegiatan rekreasi yang dapat dinikmati oleh pengunjung di suatu kawasan wisata.

2.1.5 Objek Wisata

Objek wisata adalah Objek yang berarti bentuk dan Wisata adalah fasilitas yang berhubungan dengan bentuk tersebut, yang dapat menarik minat pengunjung atau wisatawan untuk datang ke tempat objek tersebut. Daya tarik tempat yang potensial, tapi belum dikelola, belum dapat disebut objek wisata. Daya tarik wisata sejatinya merupakan kata lain dari objek wisata, namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata objek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “Daya Tarik Wisata”. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan tercantum bahwa Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatuyang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan.

2.1.6 Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)

pendekatan biaya perjalanan ini digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurna perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000). Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000).

Konsep dasar dari metode travel cost adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (travel cost expenses) yang harus dibayarkan oleh para

pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999 dalam Salma dan Susilowati, 2004). Itulah yang disebut dengan willingness to pay (WTP) yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.

2.1.7 Lama Perjalanan (Travel Time)

Waktu perjalanan (travel time) didefinisikan sebagai total/keseluruhan waktu yang dibutuhkan oleh suatu moda/kendaraan untuk menempuh suatu rute perjalanan dari daerah asal menuju daerah tujuan (McShane, 2001). Untuk mengetahui waktu yang diperlukan dalam perjalanan ini maka dibutuhkan perhitungan nilai waktu perjalanan, dimana perhitungan ini menghasilkan data berupa waktu yang dibutuhkan untuk menjalani suatu ruas jalan, kecepatan kendaraan dan juga tundaan. Bagi para pengguna jalan, waktu perjalanan sangatlah penting dalam berpergian, karena dengan adanya waktu perjalanan yang konsisten akan membantu para pengguna jalan untuk merencanakan waktu perjalanannya (McShane, 2001). Waktu perjalanan dapat diperoleh dengan rumus (McShane, 2001): $\text{Travel Time} = \text{Arrival time} - \text{Departure time}$

2.1.8 Fasilitas Pariwisata

Destinasi pariwisata adalah satu kesatuan kawasan geografis yang berada dalam satu wilayah yang di dalamnya terdapat atraksi sebagai daya tarik wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas yang memadai sehingga kawasan tersebut dapat mudah dikunjungi oleh wisatawan (UU No. 10 tahun 2009). Di samping itu lingkungan pariwisata juga membutuhkan keunikan objek wisata dalam elemen berwujud dan tidak berwujud (Ginting, dkk, 2016).

Kepuasan pengunjung tidak hanya didasarkan oleh atraksi yang mereka lihat, melainkan juga dari fasilitas wisata yang dimiliki obyek wisata tersebut (Binarwan, 2007) Salah satu dari empat komponen daya tarik destinasi wisata menurut Cooper adalah fasilitas yang didalamnya terdapat unsur-unsur berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap, dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi didalam suatu atraksi wisata. Menurut Mill (2000 :30)) bahwa segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen atau wisatawan. Kedatangan wisatawan akan meningkatkan efisiensi sumber daya manusia di tujuan wisata seperti,

wisatawan akan membutuhkan layanan tertentu agar merasa terpenuhi selama berada di tempat wisata (Jovanovic, 2016).

Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keunikan dan keindahan alamnya saja tetapi juga memerlukan kelengkapan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata agar memadai seperti akomodasi (tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran/tempat makan, dan toko cinderamata), dan lain-lain (musholla, tempat parkir, toilet), (Warpani, 2006). Kemudian menurut teori Spillane (1994), fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu: pertama, fasilitas utama merupakan sarana yang paling dibutuhkan dan dirasakan pengunjung selama berada disuatu objek wisata seperti: 9 penginapan, tempat makan, toko cinderamata, dll. Kedua, fasilitas pendukung yaitu sarana yang proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah. Ketiga, fasilitas penunjang yaitu sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan terpenuhi kebutuhannya selama mengunjungi tempat wisata.

d. Penelitian terdahulu

No.	Penelitian Tahun	Judul	Variabel dan metode Analisis	Hasil
1.	E Syahad (2019)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Taman nasional Gede Pangrango (TNGP)	Variabel Pelayanan Fasilitas Obyek Daya tarik Keamanan Variabel Jumlah kunjungan Metode analisis	Pelayanan, fasilitas, obyek dan daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Keamanan Regresi berganda
2.	Devanto Pratomo (2018)	Permintaan Pariwisata Indonesia : Studi Kasus Wisatawan Malaysia	Variabel bebas GDP Harga Variabel lain Variabel terikat Jumlah wisatawan Malaysia Metode analisis Regresi berganda	GDP berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan, harga berpengaruh negative terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
3.	Husaen Muhamma (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Variabel bebas Bauran pemasaran	Bauran pemasaran, social budaya dan

No.	Penelitian Tahun	Judul	Variabel dan metode Analisis	Hasil
	Asdar, (2013)	Keputusan Wisatawan Dalam Melakukan Kunjungan Wisata di Kota Tidore Kepulauan	Social budaya Psikologi Variabel terikat Jumlah Wisatawan Metode analisis Regresi berganda	psikologi berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.

2.3 Hubungan antara variable dependen dengan variable independen

Hubungan antara variable independen dengan variable dependen menjelaskan tentang adanya hubungan antara variable dependen dengan variable independen.

2.3.1 Hubungan Antara Objek Wisata dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Faktor-faktor yang memengaruhi datangnya wisatawan ialah keunikan dari obyek wisata itu sendiri dan tentu saja infrastruktur yang di sediakan .contohnya para anak muda yang jiwa berpetualangnya masih tinggi maka kebanyakan akan memilih outbound atau mendaki gunung karena di rasa lebih menantang,dan untuk yang berniat untuk berwisata bersama keluarga kebanyakan akan memilih tempat yang di rasa aman dan banyak area bermain untuk anak yang pastinya aman, kolam renang contohnya, setiap objek wisata memiliki keunikan nya masing-masing

2.3.2 Hubungan Antara Biaya Perjalanan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik (Mc.Intosh, 1995 : 298). Biaya perjalanan merupakan salah satu alasan dari wisatawan memilih tempat wisata.

2.3.3 Hubungan Antara jarak Perjalanan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Jarak obyek wisata berhubungan dengan lama perjalanan obyek wisata dari wilayah asal wisatawan berbeda dengan obyek wisata tuan rumah. Umumnya semakin besar jarak obyek wisata, semakin besar ketidakinginan kunjungan wisatawan (Mc. Intosh, 1995 : 298). Semakin jauh jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai.

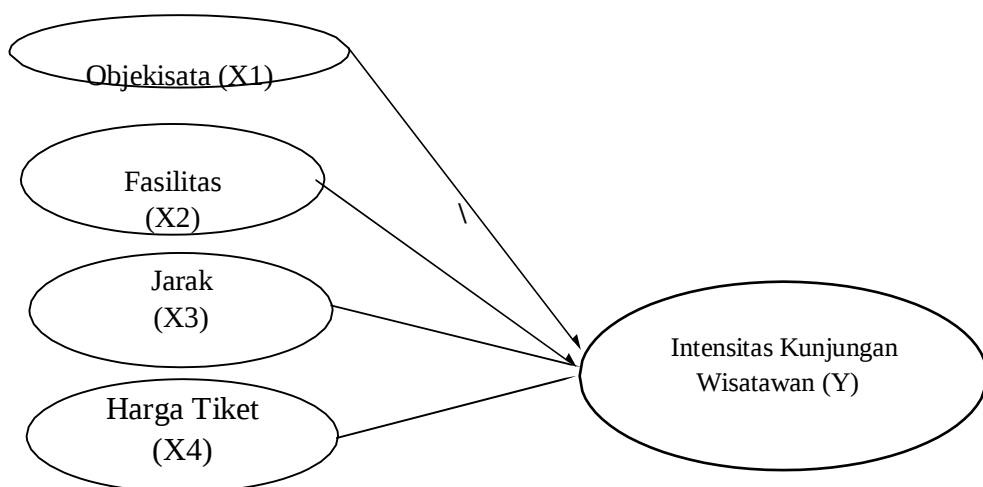
2.3.4 Hubungan Antara Fasilitas dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Menurut Spillane (1987) dalam Badrudin (2001) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas. Wisatawan akan sangat memperhatikan fasilitas yang tersedia pada obyek wisata yang bersangkutan. Fasilitas yang dimaksud antara lain adalah fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, hiburan, kamar kecil dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas merupakan unsure industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan. Seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk kembali lagi kesana dalam lain kesempatan.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Keamanan sangat berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke obyek wisatawan. Lama perjalanan yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Salah satu sifat dari obyek wisata adalah obyek wisata tidak dapat dipindahkan sehingga wisatawan yang harus mendatangi obyek wisata tersebut. Maka dari itu, aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan juga transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin jauh jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai.

Wisatawan akan sangat memperhatikan fasilitas yang tersedia pada obyek wisata yang bersangkutan. Fasilitas yang dimaksud antara lain adalah fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, hiburan, kamar kecil dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas merupakan unsure industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran dan hipotesis sebagai berikut :



Gambar 2. 7 Kerangka Pemikiran Teoritis