

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KUNJUNGAN WISATA WATERBOOM
SAWAHLUNTO**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Padang*



Oleh

Ryan Vicky
2007/84953

**EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2012

PERSETUJUAN SKRIPSI

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KUNJUNGAN WISATA WATERBOOM SAWAHLUNTO**

Nama : Ryan Vicky
Nim : 84953/2007
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Mei 2012

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr.H. Hasdi Aimon, M.Si

NIP.19550505 197903 1 010

Pembimbing II



Melti Roza Adry, SE, ME

NIP.19830505 200604 2 001

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan



Drs.H. Ali Anis, MS

NIP.19591129 198602 1 001

PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

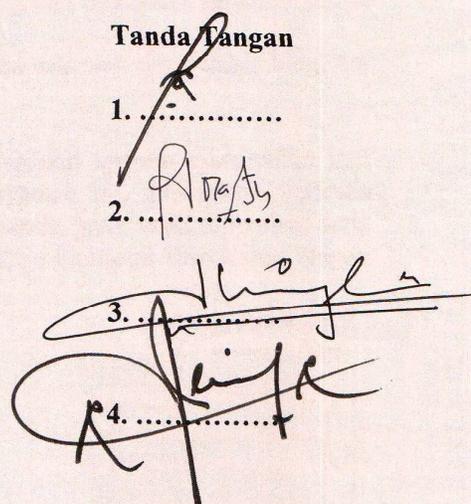
**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KUNJUNGAN WISATA WATERBOOM SAWAHLUNTO**

Nama : Ryan Vicky
Nim : 84953/2007
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Mei 2012

Tim Penguji

| No | Jabatan | Nama | Tanda Tangan |
|----|------------|---------------------------|--------------|
| 1. | Ketua | Dr.H. Hasdi Aimon, M.Si | 1. |
| 2. | Sekretaris | Melti Roza Adry, SE, ME | 2. |
| 3. | Anggota | Dra.Hj. Mirna Tanjung, MS | 3. |
| 4. | Anggota | Dr.H. Idris, M.Si | 4. |



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ryan Vicky
NIM/Tahun Masuk : 84953/2007
Tempat/Tgl Lahir : Padang/ 19 Juni 1989
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Elang I No.12 ATB, Padang
No.Telp : 087895527019
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kunjungan
Pariwisata Waterboom Sawahlunto

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis / Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah, dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis / Skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, April 2012

Yang menyatakan

METERAI
TEMPEL

CED33AAF5834432

6000 DJP

Ryan Vicky

84953/2007

ABSTRAK

Ryan Vicky, 2007-84953. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kunjungan Wisata Waterboom Sawahlunto, dengan dosen pembimbing I Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si dan Pembimbing II Ibu Melti Roza Adry, SE, ME.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Pengaruh pendapatan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto, (2) Pengaruh harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto, (3) Pengaruh harga tiket masuk kebun binatang Kandi Sawahlunto terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto, (4) Pengaruh jarak tempat tinggal terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto, (5) Pengaruh pendapatan, harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto, harga tiket masuk kebun binatang Kandi dan jarak tempat tinggal secara bersama-sama terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto.

Jenis penelitian ini adalah *ex post facto* yaitu mempelajari data lapangan yang diduga mempengaruhi dan sekaligus sebagai karakteristik permintaan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke Waterboom Sawahlunto. Selanjutnya dilakukan penarikan sampel dengan menggunakan Aksidental Random Sampling, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang responden. Jenis data adalah sekunder dan primer, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data dari BPS, PT. WWS dan dari data responden penelitian yang dikumpulkan melalui angket / kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif, yang terdiri dari atas Regresi Berganda (*Multi Regression*), Uji t, Uji F dengan $\alpha = 0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Pendapatan berpengaruh signifikan positif terhadap permintaan kunjungan Waterboom Sawahlunto. (2) Harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto berpengaruh signifikan negatif terhadap permintaan kunjungan Waterboom Sawahlunto. (3) Harga tiket masuk kebun binatang Kandi berpengaruh signifikan terhadap permintaan kunjungan Waterboom Sawahlunto. (4) Jarak tempat tinggal berpengaruh signifikan negatif terhadap permintaan kunjungan Waterboom Sawahlunto. (5) Secara bersama-sama pendapatan, harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto, harga tiket masuk kebun binatang kandi dan jarak tempat tinggal berpengaruh signifikan terhadap permintaan kunjungan Waterboom Sawahlunto dengan nilai Uji F = 8,732 > F tab = 2,465 dengan sumbangan variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara bersama-sama terhadap Y 26,8 %.

Disarankan agar pihak PT.WWS menjaga kestabilan harga tiket masuk serta menjaga keamanan kenyamanan pengunjung. Kepada pengunjung disarankan untuk memberikan saran dan masukan agar kualitas di segala hal Waterboom tetap terjaga dan tetap berkunjung ke Waterboom Sawahlunto.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa salawat beriring salam penulis sampaikan kepada junjungan kita Rasullullah Nabi Akhir Zaman Nabi Muhammad SAW yang telah bersusah payah berjuang untuk membawa umat islam ke zaman ilmu pengetahuan yang sama-sama kita rasakan saat ini, sehingga penulis dan kita saat ini dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini penulis beri judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kunjungan Wisata Waterboom Sawahlunto”. Penulisan skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan yang sangat banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing I dan pembimbing II yaitu Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si serta Ibu Melti Roza Adry, SE, ME. yang telah bersedia menuntun dan membimbing saya serta memberikan masukan yang sangat berguna bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

Seiring dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, MS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Beserta Staf dan Karyawan yang telah memberikan kemudahan dalam administrasi.
2. Bapak Drs. H. Ali Anis, MS. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Ibu Novya Zulfa Riani, SE, M.Si selaku Sekretaris Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam proses administrasi.
3. Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si serta Ibu Melti Roza Adry, SE, ME yang telah bersedia memberikan masukan dalam membimbing demi penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu penguji (1) Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si (2) Ibu Melti Roza Adry, SE, ME (3) Ibu Dra. Hj. Mirna Tanjung, MS (4) Bapak Dr. H. Idris, M,Si yang telah bersedia memberikan masukan dan menguji dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen (Staf Pengajar) dan pegawai tata usaha serta staf perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Special untuk kedua orang tua penulis atas do'a dan dukungan yang tak pernah berhenti dan yang tidak akan berhenti baik moril maupun materil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman dari EP R 2007 yang sepejuangan selama kuliah serta teman-teman yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman kos Elang I 12 (Superior Futsal) yang membantu dalam segala hal dalam penyelesaian skripsi ini.
9. *Special Someone* yang sangat banyak membantu pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan cepat dan baik.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang nantinya berguna untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta masukan bagi penelitian selanjutnya. Amiin.

Padang, April 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 10 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 11 |

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKAT KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS 13

| | |
|--|----|
| A. Kajian Teori..... | 13 |
| 1. Teori perilaku konsumen..... | 20 |
| 2. Teori Permintaan..... | 25 |
| 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan..... | 31 |
| 4. Pengertian Pariwisata..... | 36 |
| B. Temuan Penelitian Sejenis..... | 37 |
| C. Kerangka Konseptual..... | 39 |
| D. Hipotesis..... | |

BAB III

METODE PENELITIAN 41

| | |
|--|----|
| A. Jenis Penelitian..... | 41 |
| B. Variabel Penelitian..... | 41 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 42 |
| D. Populasi dan Sampel..... | 43 |
| E. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data | 44 |
| F. Uji Coba Kuesioner..... | 47 |
| G. Defenisi Operasional..... | 49 |

| | |
|--|-----------|
| H. Teknik Analisis Data..... | |
| BAB IV | |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 58 |
| A. Hasil Penelitian..... | |
| 1. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 58 |
| 2. Karakteristik Responden..... | 60 |
| 3. Analisis Deskriptif Penelitian..... | 62 |
| 4. Analisis Induktif..... | 67 |
| B. Pembahasan..... | 75 |
| | |
| BAB V | |
| SIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Simpulan..... | 80 |
| B. Saran..... | 82 |
| | |
| Daftar Pustaka..... | 84 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|----------------|
| 1. Jumlah Kunjungan Waterboom Sawahlunto 2007 – 2010..... | 6 |
| 2. Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Sawahlunto 2005 – 2009..... | 7 |
| 3. Hasil Observasi Awal Pengunjung Waterboom Sawahlunto..... | 9 |
| 4. Hasil Uji Validitas | 46 |
| 5. Hasil Uji Reliabel..... | 47 |
| 6. Kunjungan Waterboom Sawahlunto..... | 59 |
| 7. Distribusi Frekuensi jenis kelamin responden..... | 60 |
| 8. Distribusi Frekuensi Usia Responden..... | 61 |
| 9. Distribusi Pekerjaan Responden..... | 62 |
| 10. Distribusi Frekuensi Permintaan Kunjungan Waterboom Sawahlunto.... | 63 |
| 11. Distribusi Frekuensi Skor Pendapatan..... | 64 |
| 12. Distribusi Frekuensi Skor Harga Tiket Masuk Waterboom Sawahlunto... .. | 65 |
| 13. Distribusi Frekuensi Skor Harga Tiket Masuk kebun binatang Kandi..... | 65 |
| 14. Distribusi Frekuensi jarak tempat tinggal..... | 66 |
| 15. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 67 |
| 16. Hasil Uji Normalitas..... | 68 |
| 17. Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 69 |
| 18. Hasil Uji Regresi Berganda..... | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|----------------|
| 1. Derivasi Permintaan..... | 14 |
| 2. Pergeseran Kurva Permintaan..... | 16 |
| 3. Garis Anggaran..... | 19 |
| 4. Kurva Permintaan Suatu Barang..... | 20 |
| 5. Pergeseran Kurva Permintaan oleh Harga Barang Bersangkutan..... | 27 |
| 6. Kurva Permintaan Dari Faktor Pendapatan..... | 27 |
| 7. Kerangka Konseptual..... | 38 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|-------------------------------|----------------|
| 1. Instrument Penelitian..... | 85 |
| 2. Tabulasi Penelitian..... | 88 |
| 3. Regresi..... | 93 |
| 4. Frekuensi..... | 96 |
| 5. Tabel t..... | 100 |
| 6. Tabel F..... | 101 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia adalah salah satu bangsa yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah, mulai dari kesuburan tanah, keindahan alam, lingkungan yang asri, sampai hutan yang masih menjadi paru paru dunia. Semua ini merupakan kekayaan alam yang potensial untuk pengembangan Wisata di Indonesia. Karena Wisata dalam perkembangannya dewasa ini telah menjadi industri besar yang bersifat internasional. Maka, Pemerintah Indonesia menjadikan Wisata sebagai program pembangunan nasional yang nantinya diharapkan menjadi salah satu faktor pembangunan ekonomi secara umum.

Wisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan bersifat unik, karena Wisata bersifat multidimensi baik fisik, sosial, ekonomi, politik dan budaya. Wisata juga memiliki komponen yang sangat kompleks berhubungan dengan sebuah sistem yang lebih besar yaitu menyangkut pembangunan nasional. Wisata dapat mempengaruhi kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi dan budaya. Dari segi sosial, dimana kegiatan Wisata akan memperluas kesempatan kerja di daerah tujuan wisata tersebut dengan terpakainya tenaga kerja baik untuk kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung dan usaha tidak langsung yang berhubungan dengan kepariwisataan di daerah tujuan wisata. Segi ekonomi bahwa kegiatan Wisata dapat memberikan sumbangan untuk penerimaan daerah yang bersumber dari pajak, retribusi-retribusi dan karcis atau dapat membantu menambah devisa Negara dari para

wisatawan mancanegara. Dan yang tidak kalah penting nya yaitu adanya daerah wisata akan turut membantu perbaikan ekonomi masyarakat sekitar daerah tujuan wisata. Dari segi budaya Wisata merupakan sarana untuk memperkenalkan alam dan kebudayaan daerah tujuan wisata.

Sehubungan dengan itu, Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu daerah tujuan wisatawan baik domestik maupun asing, karena Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi dari beberapa provinsi di Indonesia yang memiliki potensi dan memiliki daya tarik tersendiri untuk dijadikan daerah Wisata. Dapat dikatakan Sumatera Barat adalah pemilik daerah wisata yang sangat lengkap, mulai dari bahari, pegunungan, alam, budaya, seni, sejarah dan banyak lainnya.

Hal inilah yang dimanfaatkan oleh daerah Kota Sawahlunto untuk menjadikan ini sebagai pintu masuk wisatawan ke Kota Sawahlunto dengan mengusung Visi dan Misi “Menjadi Kota Wisata Tambang dan Berbudaya Tahun 2020”. Dengan Visi dan Misi ini Pemerintah Kota Sawahlunto dan segenap lapisan masyarakat sangat serius dalam pembangunan dan pengembangan Wisata di Sawahlunto. Dan berkeinginan menjadikan Kota Sawahlunto adalah tujuan utama wisatawan di Sumatera Barat ini.

Sawahlunto merupakan kota kecil bekas penjajahan Belanda yang memiliki kekayaan dan keunikan tersendiri disamping memiliki nilai sejarah yang tinggi. Kekayaan dan keunikan Kota Sawahlunto adalah karunia Tuhan yang tiada terhingga, Sawahlunto hanyalah daerah perbukitan kecil yang memiliki luas 27.347,7 hektar dan terletak di 250-650 di atas permukaan laut. Walaupun hanya

kota kecil tapi Sawahlunto memiliki banyak kekayaan alam dan budaya, yang paling terkenal adalah batu bara yang berkualitas kelas dunia.

Pengembangan pariwisata di Kota Sawahlunto tidak akan sulit dilakukan. Dalam hal ini dibantu dengan banyak dan beragamnya objek wisata yang ada. Mulai dari wisata alam, sejarah, budaya, seni dll. Dan ini semua memiliki prospek yang potensial jika dikembangkan dan potensi peningkatannya akan meningkat secara konstan jika ditangani dengan serius dan profesional. Dalam GBHN sendiri telah dinyatakan bahwa pembangunan keWisataan diarahkan menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi termasuk sektor lain sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara secara umum dapat meningkat.

Pengembangan Wisata yang serius akan sangat membantu perekonomian kota Sawahlunto yang mana sejak diberlakukannya peraturan otonomi daerah mulai merasakan kesulitan ekonomi, baik perekonomian daerah maupun perekonomian rakyat dan yang berdampak pada kehidupan masyarakat Sawahlunto.

Pada tahun 2005 Pemko Sawahlunto dan segenap *stockholders* yang ada berkeinginan membuat sebuah objek wisata di Sawahlunto dan objek wisata tersebut harus jadi icon sekaligus penarik masyarakat luas untuk datang ke kota Sawahlunto namun objek wisata tersebut harus berbeda dengan objek wisata yang telah ada di Sumatera Barat sebelumnya.

Sesuai dengan rencana yang telah ada, maka pada awal tahun 2006 didirikanlah sebuah objek wisata yang berorientasi pada keluarga yaitu wisata air

dan diberi nama WATERBOOM. Waterboom Sawahlunto ini adalah hasil *revitalisi* dari tempat pemandian yang sederhana namun memiliki nilai sejarah yang sangat tinggi, dahulunya adalah tempat pemandian pejabat dan putra-putri Belanda, tempat santai keluarga keluarga Belanda, tempat berkumpul dan refreasing para pejabat Belanda yang ada di Sawahlunto dahulunya. Waterboom Sawahlunto terletak di daerah strategis yaitu di tepi jalan Lintas Sumatera Muaro Kalaban. Dengan alasan itulah Pemko Sawahlunto dan segenap stockholders sepakat menjadikan Waterboom sebagai ikon dan pintu masuk Wisata Kota Sawahlunto.

Waterboom Sawahlunto adalah wisata air pertama di Sumatera Barat yang termasuk dalam kategori modern. Disamping modern Waterboom Sawahlunto tetap mempertahankan keunikan yang ada yaitu Topografi dan alam perbukitan yang asri yang menjadi ciri khas Kota Sawahlunto. Dengan area yang cukup luas yaitu 7 hektar dan memiliki pemandangan perbukitan sehingga Waterboom Sawahlunto mendapat julukan *The Unique Water Park*.

Pembuatan tempat wisata air yang modern medapat tanggapan yang positif dari masyarakat Sumbar bahkan juga dari provisi tetangga seperti Riau dan Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan mereka datang beramai-ramai ke Kota Sawahlunto untuk mengunjungi Waterboom. Dengan sangat cepat informasi berkembang dari mulut ke mulut. Bagi orang yang telah berkunjung ke Waterboom Sawahlunto mereka memberikan informasi positif kepada rekan rekannya, sahabat, kerabat dan lain lain serta mereka ikut mempromosikan Waterboom Sawahlunto. Hal ini tidak terlepas dari letak Waterboom Sawahlunto

yang sangat strategis yaitu pas di tepi jalan Lintas Sumatera, lengkapnya sarana dan prasarana, biaya masuk yang sangat murah, pelayanan yang memuaskan sehingga membuat pengunjung betah mengunjungi Waterboom Sawahlunto berulang kali.

Waterboom Sawahlunto dapat dikatakan sebagai pelopor berdirinya tempat wisata rekreasi air keluarga di Sumatera Barat bahkan untuk 2 daerah tetangga Riau dan Jambi (riauInfo.com). Sejak didirikan Waterboom langsung mendapat tempat dihati masyarakat yang mengunjunginya. Hal ini tidak terlepas dari kesungguhan dan keseriusan Pemko Sawahlunto dan pihak terkait untuk membuat tempat wisata yang mengutamakan pelayanan kepada pengunjung. Berbagai kebijakan dilakukan untuk membuat pengunjung betah dan tidak bosan untuk berkunjung.

Untuk menjaga itu pihak Waterboom selalu berinovasi dalam meningkatkan pelayanan, mengembangkan sarana dan prasarana. Salah satu contohnya adalah hanya dalam 4,5 tahun beroperasi Waterboom telah 2 kali direnovasi. Untuk sarana dan prasarana Waterboom telah menyediakan semua untuk kepuasan pengunjungnya, untuk *sliding* (seluncuran) adalah seluncuran yang kedua terpanjang di Indonesia. Tidak hanya *Sliding* yang jadi unggulan Waterboom Sawahlunto dibandingkan dengan wisata air di daerah lain, taman buah juga terdapat di dalam areal Waterboom pengunjung dapat memetik buah segar sendiri dan memberikan sensasi berada di perkebunan kepada pengunjung. Bagi pengunjung yang suka menguji *adrenaline* di areal Waterboom Sawahlunto juga disediakan permainan *out bound*. Untuk menambah kepuasan pengunjung,

Waterboom Sawahlunto juga menyediakan hal yang unik yang belum ada di tempat wisata air lainnya yaitu terapi ikan Gararufa, ini dapat membantu keluarga pengunjung disamping berwisata juga dapat terapi kesehatan. Begitu keseriusan pemko Sawahlunto dalam membangun dan menarik minat wisatawan untuk datang ke Sawahlunto umumnya dan ke Waterboom khususnya.

Berikut ini adalah daftar kunjungan wisatawan yang datang ke Waterboom Sawahlunto.

Tabel 1
Jumlah kunjungan Waterboom Sawahlunto 2007-2010

| NO | BULAN | TAHUN KUNJUNGAN | | | |
|--------|-----------|-----------------|---------|---------|---------|
| | | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| 1 | JANUARI | 19.901 | 19.842 | 10.511 | 12.701 |
| 2 | FEBRUARI | 17.907 | 10.095 | 5.788 | 6.571 |
| 3 | MARET | 23.405 | 15.266 | 9.320 | 6.931 |
| 4 | APRIL | 25.220 | 10.386 | 9.091 | 7.357 |
| 5 | MEI | 57.931 | 20.836 | 13.776 | 11.865 |
| 6 | JUNI | 58.186 | 24.855 | 17.910 | 15.187 |
| 7 | JULI | 46.051 | 27.147 | 17.143 | 14.985 |
| 8 | AGUSTUS | 9.563 | 14.022 | 10.328 | 8.734 |
| 9 | SEPTEMBER | 16.092 | 383 | 43.845 | 44.258 |
| 10 | OKTOBER | 59.433 | 43.749 | 5.141 | 5.075 |
| 11 | NOVEMBER | 8.340 | 5.161 | 8.041 | 6.096 |
| 12 | DESEMBER | 21.395 | 10.058 | 9.595 | 10.644 |
| JUMLAH | | 363.424 | 201.800 | 160.489 | 150.404 |

Sumber : PT. Wahana Wisata Sawahlunto, 2011

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun pertama beroperasinya Waterboom Sawahlunto jumlah pengunjung yang datang sangat banyak di setiap bulannya yaitu dengan rata-rata pengunjung sebanyak 30.285 orang/bulan. Hal ini terjadi karena masyarakat Sumatera Barat baru pertama kali menemukan tempat wisata air keluarga yang berorientasi canggih dan modern. Pengunjung datang beramai-ramai ke Waterboom Sawahlunto dari berbagai daerah di Sumatera Barat bahkan dari daerah tetangga seperti Riau dan Jambi. Pengunjung datang silih berganti, informasi tentang Waterboom Sawahlunto berkembang dari mulut ke

mulut. Disamping tempat Wisata yang baru, ada hal lain yang membuat Waterboom Sawahlunto langsung menjadi tempat favorit keluarga di Sumatera Barat yaitu harga tiket. Harga tiket yang sangat murah untuk sebuah tempat wisata air modern yaitu hanya dengan Rp. 10.000 / tiket pengunjung dapat menikmati bermain wahana yang tersedia sepuasnya.

Pada tahun kedua pengunjung mulai berkurang tetapi jumlahnya tidak begitu besar jika dibandingkan dengan tahun pertama beroperasi. Pada tahun kedua beroperasi rata-rata pengunjung yang datang sebanyak 16.816 orang/bulan. Namun pada tahun berikutnya jumlah pengunjung semakin berkurang dengan jumlah yang besar, hal ini disebabkan oleh banyaknya tempat wisata air serupa yang baru beroperasi di Sumatera Barat ini. Jadi pengunjung wisata Waterboom Sawahlunto selama ini mencoba tempat wisata air yang baru. Akan tetapi jumlah pengunjung yang datang ke Waterboom Sawahlunto pada tahun 2009 tersebut masih relatif bagus yaitu \pm 11.000 pengunjung setiap bulannya.

Tabel 2
Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Sawahlunto Tahun 2005-2009

| Tahun | Penerimaan PAD Keseluruhan | Peningkatan (%) | Sektor Pariwisata | Peningkatan (%) |
|-------|----------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| 2005 | 12.802.228.000 | - | 149.378.286 | - |
| 2006 | 16.231.113.971 | 24.80 | 161.440.215 | 8.07 |
| 2007 | 20.962.003.311 | 26.68 | 185.193.292 | 14.71 |
| 2008 | 23.445.764.446 | 10.58 | 218.873.500 | 18.18 |
| 2009 | 26.593.227.229 | 23.59 | 255.977.767 | 16.95 |

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2011

Tabel 2 memperlihatkan penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) kota sawahlunto keseluruhan dan penerimaan dari sektor pariwisata tahun 2005-2009. Dari tabel 2 diketahui bahwa pendapatan asli daerah kota Sawahlunto keseluruhan

mengalami peningkatan di setiap tahunnya, peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2007 sebesar 26.68 % dimana tahun 2007 adalah tahun pertama beroperasinya Waterboom Sawahlunto. Tabel 2 juga memperlihatkan penerimaan kota Sawahlunto dari sektor pariwisata, bahwa penerimaan sektor pariwisata kota Sawahlunto mengalami peningkatan setiap tahunnya, peningkatannya menjadi lebih signifikan pada saat Waterboom Sawahlunto telah beroperasi.

Pada periode 2005-2006 sebelum adanya Waterboom penerimaan dari sektor pariwisata kota sawahlunto meningkat hanya 8.07%. Tetapi setelah dioperasikannya Waterboom Sawahlunto peningkatan penerimaan sektor pariwisata meningkat menjadi 14.71% pada periode 2006-2007. Selanjutnya pada periode 2007-2008 penerimaan sektor pariwisata meningkat lagi menjadi 18.18%. Dan untuk periode 2008-2009 peningkatan penerimaan sektor pariwisata kota Sawahlunto adalah sebesar 16.95%. Hal ini dapat membuktikan bahwa Waterboom Sawahlunto turut serta mempengaruhi penerimaan kota Sawahlunto dari sektor pariwisata dan pendapatan asli daerah (PAD) kota Sawahlunto.

Untuk lebih memahami permasalahan dalam penelitian ini, telah dilakukan studi pendahuluan. Berikut ini adalah tabel hasil studi pendahuluan. Tabel 3 menunjukkan bahwa permintaan kunjungan Wisata ke Waterboom Sawahlunto datang dari berbagai macam sisi, mulai dari kedaerahan, masyarakat, jenis pekerjaan. Hal ini ditunjukkan oleh pengunjung yang datang ke Waterboom Sawahlunto adalah dari berbagai daerah di Sumatera Barat. Pengunjung yang datang juga dari berbagai golongan masyarakat, mulai dari berbagai jenis

pekerjaannya sampai pada kepada semua umur datang ke Waterboom Sawahlunto.

Tabel 3
Hasil Observasi Pengunjung Waterboom Sawahlunto

| Respon den | Jenis Kelamin | Umur | Pekerjaan | Pendapatan | Daerah asal | Kunjungan / Tahun | Harga Tiket |
|------------|---------------|------|----------------------|------------|----------------|---------------------|-------------|
| 1 | Pria | 37 | Pedagang | 3 Juta | Batu Sangkar | 2 kali | murah |
| 2 | Wanita | 42 | Pegawai Swasta | 2 Juta | Sijunjung | Tak menentu | sedang |
| 3 | Pria | 29 | PNS | 2 Juta | Sawahlunto | 2 kali | sedang |
| 4 | Wanita | 42 | Pengusaha Peternakan | 3 Juta | Sijunjung | Tak menentu | murah |
| 5 | Wanita | 44 | Ibu RT | - | Pariaman | Untuk Ganti Suasana | sedang |
| 6 | Wanita | 39 | Dosen | 3,5 Juta | Solok | 2 kali | murah |
| 7 | Pria | 44 | Pedagang | 3 Juta | Solok | 2 kali | murah |
| 8 | Wanita | 38 | PNS | 2,5 Juta | Dharmas raya | Tak menentu | murah |
| 9 | Pria | 39 | Pegawai Bank | 3,5 Juta | Padang Panjang | Untuk Ganti suasana | murah |
| 10 | Pria | 37 | Pedagang | 3 Juta | Sijunjung | 2 kali | murah |

Dari banyaknya masyarakat yang datang berkunjung ke Waterboom Sawahlunto, mereka memberikan persepsi yang beragam tentang harga tiket masuk. Hal ini terlihat dari studi pendahuluan yang dilaporkan dalam tabel 3, dari 10 orang pengunjung yang diamati ada 3 orang yang menyatakan bahwa harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto masuk dalam kategori sedang dan 7 orang yang menyatakan harga tiket Waterboom Sawahlunto murah.

Dari studi pendahuluan ini diketahui bahwa Pendapatan pengunjung yang diukur dari pendapatan per bulan tidak terlalu berpengaruh terhadap intensitas kunjungan yang dilakukan, tetapi berpengaruh terhadap persepsi harga tiket masuk. Pengunjung yang menyatakan harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto sedang, adalah pengunjung yang berpendapatan 2 juta rupiah / bulan. Sedangkan pengunjung yang berpendapatan $\geq 2,5$ juta / bulan menyatakan bahwa harga tiket adalah murah.

Pada studi pendahuluan ini diketahui bahwa pada umumnya pengunjung yang datang ke Waterboom Sawahlunto ini adalah setiap 6 bulan yaitu pada waktu liburan anak sekolah, tetapi hal ini tidak untuk pengunjung yang dekat seperti pengunjung dari Solok, Sijunjung, Dharmasraya dan Sawahlunto pastinya. Mereka mengunjungi Waterboom Sawahlunto untuk berekreasi dengan keluarga dengan waktu yang tidak ditentukan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Sejauhmana pendapatan pengunjung mempengaruhi permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto ?
2. Sejauhmana harga tiket masuk objek wisata Waterboom mempengaruhi permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto ?
3. Sejauhmana harga tiket masuk objek wisata kebun binatang Kandi mempengaruhi permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto ?

4. Seauhmana jarak tempat tinggal pengunjung mempengaruhi permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto?
5. Seauhmana Pendapatan pengunjung, harga tiket masuk objek wisata Waterboom Sawahlunto, harga tiket masuk objek wisata kebun binatang Kandi dan jarak tempat tinggal pengunjung mempengaruhi permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh:

1. Pendapatan pengunjung terhadap permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto
2. Harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto terhadap permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto
3. Harga tiket masuk kebun binatang Kandi terhadap permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto
4. Jarak tempat tinggal pengunjung terhadap permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto
5. Pendapatan pengunjung, harga tiket masuk Waterboom, harga tiket masuk kebun binatang Kandi dan jarak tempat tinggal pengunjung terhadap permintaan kunjungan wisata Waterboom Sawahlunto

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar SE di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang ilmu ekonomi mikro dan kepariwisataan.
3. Sebagai referensi untuk diteliti lebih lanjut oleh peneliti yang akan datang.
4. Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kota Sawahlunto dalam menentukan kebijakan yang tepat dalam bidang pariwisata.
5. Sebagai pengembangan ilmu yang penulis dapat selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. KAJIAN TEORI

1. Teori Perilaku Konsumen

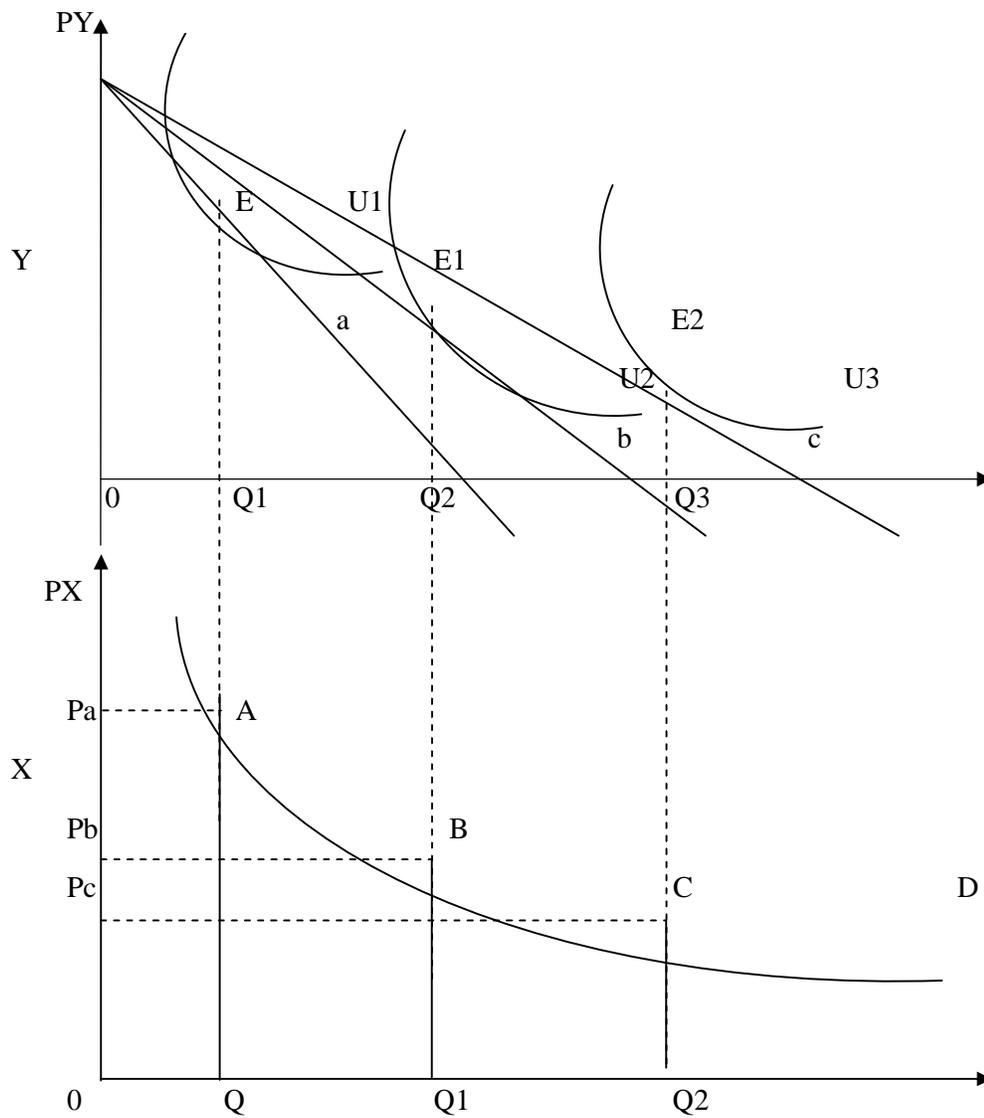
Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2007:72) teori perilaku konsumen mendiskripsikan tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan diantara barang-barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2007:72) perilaku konsumen dapat dipahami melalui 3 langkah :

- a. Preferensi Konsumen. Langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan orang lebih suka satu barang daripada barang lain.
- b. Kendala Anggaran. Langkah kedua adalah menyadari adanya kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
- c. Pilihan-pilihan konsumen. Langkah ketiga adalah mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:105) permintaan terbagi dalam dua jenis yaitu permintaan perorangan dan permintaan pasar. Permintaan perorangan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada kemungkinan tingkat harga pada waktu tertentu. Kurva permintaan perorangan berkaitan dengan jumlah suatu barang yang akan dibeli

oleh seorang konsumen untuk harga barang tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1 berikut (Pindyck dan Rubinfeld, 2003:106).



Gambar 1 Derivasi Permintaan

Gambar 1 menjelaskan pendapatan konsumen adalah tetap sebesar Y dan pada awalnya garis a menggambarkan garis pengeluaran konsumen tersebut. Garis

a menyinggung kurva kepuasan sama U_1 di titik E, oleh karena itu jumlah barang X yang dikonsumsi adalah sebesar Q unit. Seterusnya misalkan pendapatan dan harga barang Y tidak mengalami perubahan tetapi harga barang X menurun menjadi P_b . Dengan perubahan ini maka garis anggaran pengeluaran sekarang ditunjukkan oleh garis b, ia disinggung kurva kepuasan U_2 di titik E1.

Keseimbangan ini menggambarkan bahwa X yang dikonsumsi telah meningkat menjadi Q_1 unit. Misalkan penurunan lebih lanjut atas harga barang X, yaitu menjadi P_c , penurunan harga ini menggeser lagi garis anggaran pengeluaran menjadi garis c. Kurva kepuasan U_3 disinggung oleh garis c di titik E2, yang menunjukkan konsumsi barang X sekarang semakin bertambah menjadi Q_2 unit.

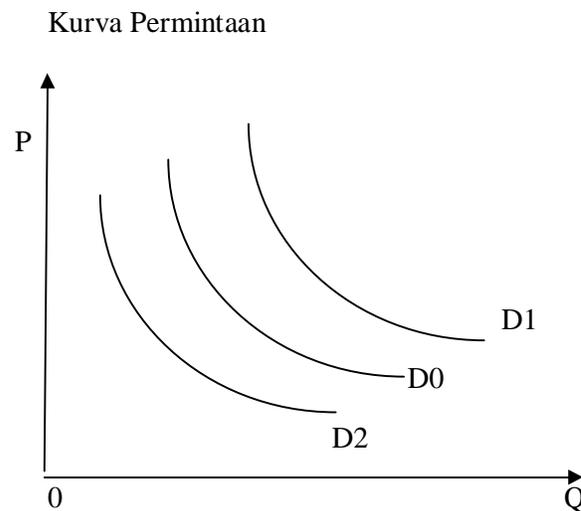
Uraian di atas menunjukkan perubahan harga barang X mengakibatkan perubahan atas jumlah barang X yang dibeli dan dikonsumsi. Dari uraian di atas dapat diketahui fungsi permintaan adalah fungsi suatu permintaan yang menunjukkan bahwa permintaan suatu barang ditentukan oleh harga barang itu sendiri dengan asumsi *ceteris paribus*.

Dan dari gambar 1 Pindyck dan Rubinfeld (2003:108) menyimpulkan :

- a. Tingkat utilitas yang dapat dicapai akan berubah karena adanya pergerakan sepanjang kurva, makin rendah harga produk, maka makin tinggi tingkat utilitasnya.
- b. Pada setiap titik kurva permintaan, konsumen memaksimalkan utilitas dengan memenuhi persyaratan bahwa tingkat substitusi untuk barang Y adalah sama dengan rasio harga barang X dan Y.

Sedangkan untuk perubahan pendapatan, dapat dianalisis dengan cara yang hampir sama dengan perubahan harga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat

pada kurva permintaan berikut dimana terdapat unsur perubahan pendapatan (Pindyck dan Rubinfeld, 2003:109).



Gambar 2 Pergeseran Kurva Permintaan

Pergeseran kurva permintaan ke kanan dari D0 ke D1 menunjukkan kenaikan dalam permintaan. Pergeseran kurva ke kiri dari D0 ke D2 menunjukkan penurunan dalam permintaan. Kenaikan dalam permintaan pada tiap harga dan bergesernya kurva ke kanan seperti di atas dapat disebabkan oleh kenaikan pendapatan, kenaikan harga substitusi, kenaikan selera yang menguntungkan barang dan jasa tersebut, dan penambahan penduduk.

Penurunan dalam permintaan berarti bahwa jumlah yang diminta harga berkurang. Penurunan permintaan akan menggeser kurva ke kiri, hal ini disebabkan oleh berkurangnya pendapatan, harga substitusi turun, serta perubahan selera konsumen pada umumnya, dan penurunan jumlah penduduk.

Ketika orang mengatakan permintaan, maka yang dimaksud adalah seluruh kurva permintaan. Jadi suatu perubahan dalam permintaan menggambarkan pergeseran seluruh kurva permintaan dan artinya perubahan dalam jumlah yang dibeli pada tiap tingkat harga. Pergeseran sepanjang kurva permintaan menggambarkan perubahan dalam jumlah yang diminta.

a. Kurva Indiferensi

Mankiw (2006:573) mengungkapkan bahwa *indifferent curve* memiliki empat karakteristik, yaitu :

- a) Kurva indifferent yang lebih tinggi lebih disukai daripada kurva yang lebih rendah. Konsumen biasanya suka mengkonsumsi barang dalam jumlah banyak.
- b) Kurva indifferent selalu miring ke bawah. Kemiringan ini mencerminkan tingkatan dimana konsumen bersedia mensubsitisi barang yang satu dengan barang yang lain, sehingga apabila jumlah barang yang satu dikurangi maka jumlah barang yang lain akan ditingkatkan.
- c) Kurva indifferent tidak saling berpotongan. Hal ini disebabkan oleh asumsi sebelumnya yang menyatakan konsumen selalu lebih suka mengkonsumsi barang yang lebih banyak.
- d) Kurva indifferent selalu melengkung ke bawah. Kemiringan ini merupakan tingkat subsitisi marginalnya.

Menurut Joesron dan Fathurrozi (2003:53) Kemiringan *indifferent curve* dapat diturunkan dari sebuah utilitas, utilitas itu sendiri adalah kepuasan. Apabila fungsi $U = f(X, Y)$, maka *slope indifferent curve* nya yaitu :

$$dU^0 = dX \left(\frac{dU}{dX} \right) + dY \left(\frac{dU}{dY} \right) \text{ dan } dU^0 = dX MU_x + dY MU_y$$

$$\text{Syarat nya } dU^0 = 0, \text{ maka } -\frac{dY}{dX} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

Slope *indifference curve* ini disebut juga MRS (*Marginal Rate of Substitution*), yaitu tingkat dimana barang X bisa disubsituisikan dengan barang Y,

sementara kepuasan tetap konstan di sepanjang *indifference curve*. MRS dapat ditulis dengan :

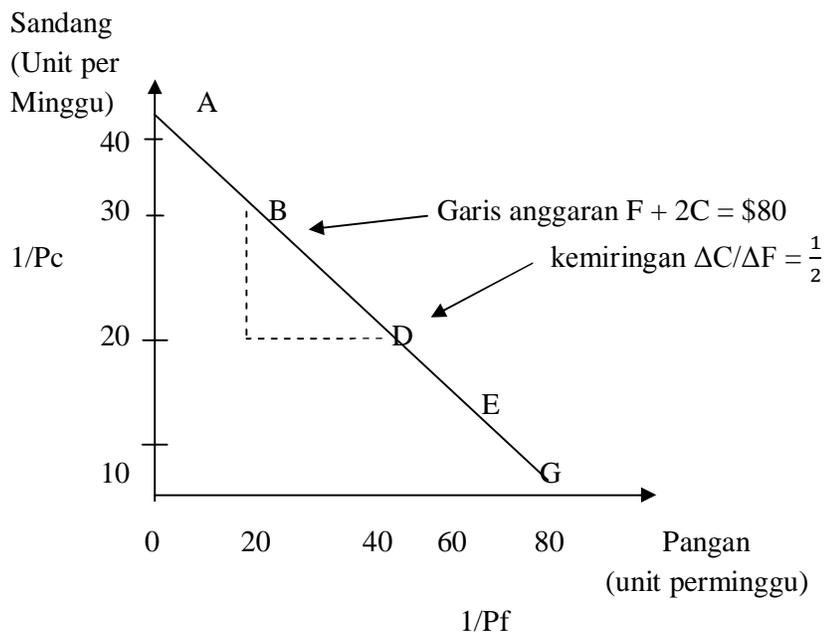
$$MRS_{yx} = \frac{dY}{dX} = -\frac{MU_x}{MU_y}$$

b. Garis Anggaran

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2007:89) garis anggaran adalah semua kombinasi barang di mana jumlah total uang yang dikeluarkan sama dengan pendapatan. Untuk melihat bagaimana kendala anggaran membatasi pilihan konsumen, dapat kita contohkan pada seorang konsumen yang mempunyai pendapatan tetap (I), yang dapat dibelanjakan untuk sandang (C) dan pangan (F). Harga masing-masing barang itu dinyatakan dengan P_f dan P_c . Maka $P_f F$ (yaitu harga pangan kali jumlahnya) adalah jumlah uang yang dibelanjakan untuk pangan dan $P_c C$ adalah jumlah uang yang dibelanjakan untuk sandang. Jadi, kombinasi antara pangan dan sandang dapat dituliskan sebagai berikut :

$$P_f F + P_c C = I \dots\dots\dots(2.1)$$

Pada gambar dibawah ini, menggambarkan garis anggaran untuk pasar. Ketika konsumen mengorbankan satu unit sandang maka akan menghemat sebesar \$2 sehingga dapat membeli satu unit pangan dengan harga \$1, jadi jumlah sandang yang diserahkan untuk pangan sepanjang garis anggaran haruslah sama dimanapun juga. Akibatnya garis anggaran merupakan garis lurus dari titik A ke titik G. Untuk keadaan khusus ini, persamaan garis anggaran adalah $F + 2C = \$80$.



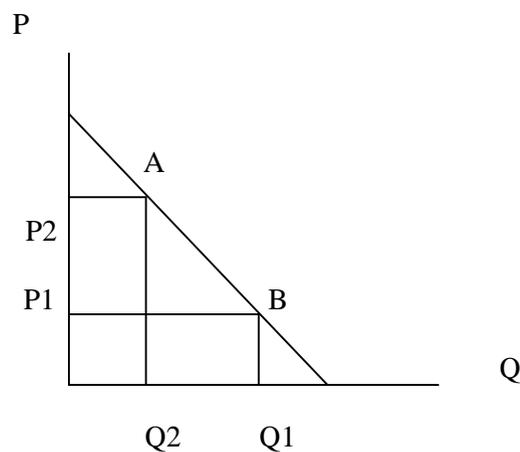
Gambar 3 Garis Anggaran

Pada gambar diatas menggambarkan perpotongan garis anggaran yang dinyatakan oleh keranjang pasar A, yang mana sementara bergerak melalui garis tersebut dari keranjang pasar A ke keranjang pasar G. konsumen membelanjakan lebih sedikit untuk pangan dan lebih banyak untuk sandang.

Garis anggaran konsumen di atas menggambarkan kombinasi barang yang dapat dibeli bila diketahui pendapatan konsumen dan harga dari barang tersebut. Garis AG (yang melewati titik-titik B, D dan E) menunjukkan anggaran dari pendapatan \$80, harga pangan $P_F = \$1$ per unit dan harga sandang $P_C = \$2$ per unit. Kemiringan garis anggaran dengan mudah terlihat bahwa tambahan sandang yang harus dilepaskan untuk mengkonsumsi tambahan satu unit pangan adalah perbandingan harga pangan terhadap harga sandang ($\$1/\$2 = \frac{1}{2}$). Karena sandang harganya \$2 per unit, sedangkan pangan hanya \$1 per unit, $\frac{1}{2}$ unit sandang harus dilepaskan untuk mendapatkan 1 unit pangan.

2. Teori Permintaan

Dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*) mempunyai hubungan antara 2 unsur, jumlah suatu barang yang mau dibeli dan harga barang tersebut. Arti permintaan itu sendiri yaitu jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal tetap sama (*ceteris paribus*) (Gilarso, 2001:23).



Gambar 4 Kurva Permintaan Suatu Barang

Kurva permintaan dalam gambar 4 Q adalah jumlah barang yang mau dibeli dan Y adalah harga yang berlaku. Kurva permintaan ini menunjukkan bahwa antara harga dan jumlah yang mau dibeli terdapat hubungan yang negatif atau berlawanan, yaitu jika harga (P) naik maka jumlah yang mau dibeli (Q) akan mengalami penurunan dan jika harga turun, jumlah yang mau dibeli akan mengalami peningkatan. Inilah yang disebut dengan Hukum Permintaan (Gilarso, 2001 : 21).

Pada kurva permintaan di atas dapat dilihat jika harga (P) mengalami kenaikan maka jumlah yang mau dibeli (Q) akan mengalami penurunan, tetapi hal ini tidak terjadi pada pada semua barang. Pada suatu barang konsumen tidak

memperhitungkan harga untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk menyatakan kepekaan konsumen terhadap harga ini dipergunakan istilah *Elastisitas Harga*. Elastis harga dari permintaan yaitu menunjukkan bagaimana reaksi pembeli bila ada perubahan harga. Apakah pembeli tanggap dengan perubahan harga atau hanya acuh dengan perubahan tersebut. Jika konsumen tanggap atau peka terhadap perubahan harga suatu barang, maka permintaan akan barang itu disebut elastis. Sedangkan jika konsumen kurang tanggap terhadap perubahan harga suatu barang maka permintaan akan barang itu disebut *inelastis*.

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Sedangkan menurut Gilarso (2001:23) Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Fungsi permintaan dari konsumen menurut konsep Marshall atau yang lebih dikenal dengan Marshallian demand function seperti yang diungkapkan Henderson dan Quandt (<http://www.google.co.id/search=fungsi-permintaan-henderson-dan-quandt>), bahwa fungsi tersebut adalah fungsi yang memperlihatkan jumlah satu komoditas yang bagi konsumen disebut sebagai fungsi dari harga komoditas dan pendapatan konsumen.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan terbalik antara permintaan suatu barang dengan perubahan tingkat harga barang yang bersangkutan. Sedangkan permintaan itu sendiri mempunyai

hubungan yang setara dengan besar kecilnya pendapatan konsumen yang pada dasarnya adalah daya beli konsumen. Artinya, jika harga dan pendapatan konsumen meningkat dalam proporsi yang sama, maka kuantitas permintaan oleh konsumen tidak akan berubah.

Menurut Ariyanto (2005:22), faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Harga

Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata akan memberikan dampak atau imbas timbal balik kepada wisatawan yang akan berpergian, sehingga permintaan wisata pun akan berkurang begitu pula sebaliknya.

b. Pendapatan

Apabila pendapatan suatu Negara tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi calon wisatawan membuat usaha di Daerah Tujuan Wisata jika dianggap menguntungkan.

c. Sosial Budaya

Dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau berbeda dari apa yang ada di Negara calon wisata berasal, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir wisatawan.

d. Sosial Politik

Dampak sosial politik belum terlihat apabila daerah tujuan wisata dalam situasi aman dan tentram. Tetapi hal tersebut berseberangan dengan kenyataan maka faktor sosial politik akan sangat terasa dampak dan pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.

e. Intensitas Keluarga

Banyak atau sedikitnya keluarga juga berperan dalam permintaan wisata, hal ini dapat diratifikasi. Jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari keluarga tersebut akan semakin besar.

f. Harga Barang Substitusi

Disamping lima aspek di atas, harga barang substitusi juga masuk dalam aspek permintaan dimana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti daerah tujuan wisata yang dijadikan cadangan dalam berwisata. Misalnya, Seorang wisatawan ingin mengunjungi sebuah pantai yang indah di luar negeri, tapi disebabkan oleh banyaknya biaya maka wisatawan tersebut memilih berkunjung ke Bali, karena Bali juga memiliki pantai yang sangat indah dan biaya yang dikeluarkan tidak banyak.

g. Harga Barang Komplementer

Merupakan sebuah barang yang saling membantu atau barang yang melengkapi barang lain. Apabila dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai objek wisata yang melengkapi wisata lainnya.

Menurut Gilarso (2001 : 25), faktor faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain :

- a. Jumlah pembeli : jika jumlah pembeli sebuah barang tertentu bertambah, maka pada harga yang sama jumlah yang mau dibeli bertambah banyak juga, dan kurva permintaan akan bergeser ke kanan.
- b. Besar penghasilan yang tersedia untuk dibelanjakan jelas berpengaruh sekali dari segala macam barang dan jasa. Dalam hal ini ada suatu pengecualian, yaitu yang disebut *Inferior Goods*. Yaitu barang barang yang permintaannya justru berkurang bila pendapatan konsumen naik.
- c. Harga Barang Lain : Kenaikan harga barang lain dapat memperbesar atau memperkecil permintaan masyarakat akan suatu barang tersebut, namun itu tergantung apakah barang lain itu memiliki hubungan dengan barang utama tersebut :

a) Barang Pelengkap (Komplementer)

Disini dapat dicontohkan pada harga sepeda motor, ketika harga sepeda motor turun jumlah yang diminta akan meningkat. Akibatnya permintaan akan bensin juga meningkat karena bensin adalah barang pelengkap untuk sepeda motor.

b) Barang Pengganti (Substitusi)

Di dalam pasar, barang konsumsi selalu memiliki barang substitusi, jika barang utama mengalami kenaikan harga maka permintaan akan barang substitusi akan meningkat jumlahnya.

Contoh, naiknya harga tiket pesawat akan membuat permintaan akan bus meningkat.

c) Barang Lepas (independent)

Barang independent adalah barang yang tidak ada hubungan atau hubungan timbal balik satu sama lain dengan barang lain.

d. Musim, selera, mode kebiasaan, perubahan zaman, dan lingkungan sosial juga mempengaruhi permintaan. Misalnya perubahan zaman yang membuat perubahan mode akan menciptakan permintaan akan pakaian.

e. Harapan pandangan, tentang masa yang akan datang dan faktor faktor psikologis lainnya dapat menyebabkan perubahan perubahan yang mendadak dalam permintaan masyarakat. Contoh dalam masyarakat ada kabar akan naiknya harga gula yang sangat besar, maka masyarakat akan membeli gula dalam jumlah yang banyak. Oleh sebab itu akan meningkatkan permintaan.

3. Teori Travel Cost (Travel Cost Method)

Menurut Suparmoko (228:1997) konsep dasar dari metode *travel cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk dapat mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga kesatuan untuk akses ke tempat wisata.

Penilaian terhadap suatu kawasan wisata memiliki peranan yang dapat menentukan pengembangan dari tempat wisata tersebut. Salah satu metode dalam mengukur nilai ekonomi wisata alam yang paling banyak dipakai adalah Travel

Cost Method (TCM). Metode ini menduga nilai ekonomi tempat wisata berdasarkan penilaian masing masing yang diberikan individu kelompok pengunjung terhadap kenikmatan yang tidak ternilai (dalam rupiah) dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata baik itu opportunity cost maupun biaya langsung yang dikeluarkan berupa biaya transportasi, konsumsi, tiket masuk, penginapan dan sebagainya.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa pada dasarnya berasal dari kebutuhan masyarakat itu sendiri. Orang mau membeli barang dan jasa serta bersedia membayar harganya karena barang dan jasa itu berguna baginya yaitu untuk memenuhi kebutuhannya.

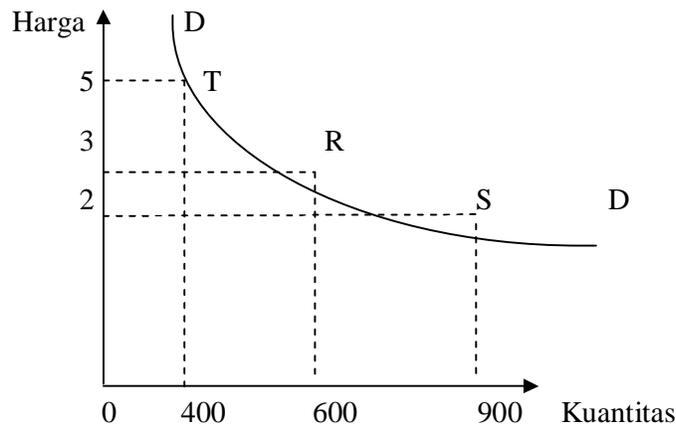
Menurut Sukirno (2003:76) bahwa suatu permintaan dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah :

a. Harga Barang yang Bersangkutan

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan : makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang dan jasa tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang dan jasa maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Menurut Sukirno (2003:48) harga adalah suatu jumlah yang dibayarkan sebagai pengganti kepuasan yang sedang atau akan dinikmati dari suatu barang dan jasa yang diperjual belikan.

Jumlah permintaan dan harga memiliki sifat hubungan seperti yang disebabkan : pertama, karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga. Hal ini dapat dilihat dalam gambar 5 berikut.



Gambar 5 Pergeseran Kurva Permintaan oleh Harga Barang yang Bersangkutan

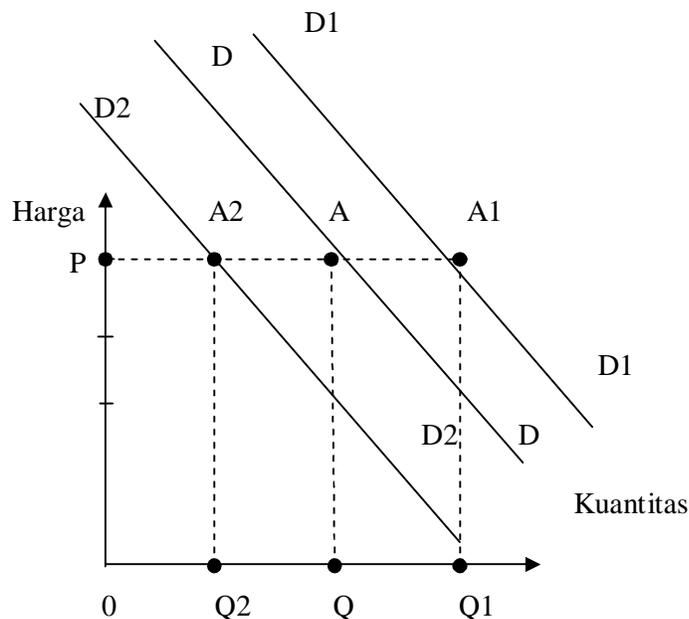
Gambar 5 menjelaskan DD adalah kurva permintaan terhadap buku tulis dan pada permulaannya harga adalah Rp. 3000 dan jumlah barang yang diminta adalah 600 buku. Keadaan ini ditunjukkan oleh titik R.

Seterusnya dimisalkan harga buku turun menjadi Rp. 2000 per buku. Perubahan harga tersebut menyebabkan keadaan permintaan berubah, yaitu

menjadi 900 buku dan titik keseimbangan bergeser dari titik R ke titik S. Oleh sebuah keadaan tertentu harga buku naik menjadi Rp. 5000 per buku, kenaikan yang signifikan ini menyebabkan permintaan berkurang tajam menjadi 400 buku. Ini berarti titik keseimbangan kurva DD berubah dari titik S menjadi titik T, yang menggambarkan bahwa kenaikan harga itu telah mengurangi jumlah barang yang diminta dari 900 ke 400 buku.

b. Pendapatan

Permintaan terutama dipengaruhi oleh pendapatan, harga dan informasi tentang seluruh perubahan permintaan. Perubahan pada pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Menurut Sukirno (2003:85-86) kurva permintaan akan bergerak ke kanan atau ke kiri apabila terdapat perubahan-perubahan terhadap permintaan yang ditimbulkan oleh perubahan faktor pendapatan seperti kurva berikut.



Gambar 6 Kurva Permintaan dari Faktor Pendapatan

Pada saat ini pendapatan dengan kuantitas berada pada titik A. Titik A menggambarkan bahwa pada harga P, jumlah yang diminta adalah Q sedangkan titik A1 menggambarkan bahwa pada harga P jumlah yang diminta adalah Q1. Dapat dilihat bahwa $Q1 > Q$ dan berarti kenaikan pendapatan menyebabkan pada harga P permintaan bertambah sebesar Q1. Kurva ini menunjukkan bahwa apabila kurva permintaan bergerak ke sebelah kanan menjadi D1, maka perpindahan itu menunjukkan pertambahan dalam permintaan. Sebaliknya pergeseran kurva permintaan ke kiri menjadi D2, berarti bahwa permintaan telah berkurang. Sebagai akibat dari perubahan ini pada harga P, jumlah barang yang diminta adalah Q2 dan keadaan ini ditunjukkan oleh titik A2.

c. Harga Barang Substitusi

Menurut Sukirno (2002:80) menjelaskan hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada tiga golongan yaitu (1) barang lain itu merupakan pengganti, sesuatu barang dinamakan pengganti kepada barang lain apabila ia tidak menggantikan fungsi barang tersebut, (2) barang lain itu merupakan pelengkap, (3) barang netral.

Harga barang lain atau Substitusi atau pengganti dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Harga barang substitusi mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Harga barang pengganti pada dasarnya mempengaruhi permintaan barang yang digantikannya apabila harga barang pengganti lebih murah dari pada harga barang yang digantikannya, tetapi apabila

harga barang pengganti sama dengan harga barang yang digantikannya maka tidak akan berpengaruh signifikan terhadap permintaan barang yang digantikannya.

Menurut Reksoprayitno (2000:35) apabila barang Y merupakan pengganti Z, maka menurunnya harga barang Y akan mengakibatkan berkurangnya permintaan akan barang Z. Sebaliknya meningkatnya harga barang Y mempunyai tendensi mengakibatkan meningkatnya permintaan akan barang Z.

Dalam Pindyck (2003:114) menyatakan, jatuhnya harga suatu barang mempunyai dua efek yaitu :

- a. Konsumen akan cenderung membeli lebih banyak barang yang harganya menjadi lebih murah dan membeli lebih sedikit barang-barang yang sekarang harganya menjadi lebih mahal. Respon terhadap perubahan relatif harga barang ini disebut *efek substitusi*.
- b. Karena salah satu barang sekarang harganya lebih murah, konsumen menikmati kenaikan daya beli riil. Mereka lebih untung karena dapat membeli jumlah barang yang sama dengan lebih sedikit uang dan karenanya mereka mempunyai sisa uang untuk membeli tambahan barang. Perubahan permintaan yang diakibatkan oleh perubahan dalam daya beli riil disebut *efek pendapatan*.

Jadi, efek substitusi adalah perubahan dalam konsumsi suatu barang akibat perubahan harga barang tersebut, dengan tingkat utilitas yang tetap. Dan efek pendapatan adalah perubahan dalam konsumsi sebuah barang akibat naiknya daya beli, dengan harga relatif tetap konstan.

Jika dihubungkan dengan permintaan kunjungan Waterboom Sawahlunto, apabila harga barang substitusi yaitu harga tiket masuk Kebun Binatang Kandi meningkat, maka permintaan terhadap kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto akan meningkat, karena disini yang menjadi harga barang substitusi adalah harga tiket masuk Kebun Binatang Kandi.

Sebaliknya, apabila harga tiket masuk Kebun Binatang Kandi turun maka permintaan terhadap Waterboom Sawahlunto akan menurun.

d. Jarak

Menurut Oka Yoeti (2008:89) lokasi atau letak adalah salah satu determinan paling penting dalam penentuan perilaku konsumen pariwisata. Dalam hal ini semakin jauh suatu objek wisata pusat kota, maka akan semakin diminati objek wisata tersebut. Sebab alasan dari kegunaan objek wisata adalah untuk hiburan dan melepaskan lelah dari aktifitas kota. Dan menurut Leitao(<http://www.google.co.id/search=teori-jarak-mempengaruhi-permintaan-pariwisata>), jarak geografis tempat objek wisata berpengaruh negatif terhadap permintaan pariwisata atau objek wisata yang akan dikunjungi.

5. Pengertian Pariwisata

Kata pariwisata di Indonesia baru populer yaitu pada tahun 1985, adalah Jenderal G.P.H Djatikusumo yang pada saat itu menjabat Menteri Perhubungan Darat, Pos, Telekomunikasi dan Pariwisata (<http://www.docstoc.com/docs/Buku-Pariwisata-Indonesia>). Pariwisata pada awalnya berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari kata “pari” dan “wisata”. Pari artinya adalah banyak, berkali-kali, berputar-putar dan wisata adalah berarti perjalanan atau berpergian. Dengan demikian kata pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan berulang-ulang maupun berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain. Lebih lanjut pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin dan keluar dari kediamannya.

Menurut Herman V. Shculalard (dalam Yoeti, 2008:8), kepariwisataan adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau Negara.

UU No.9 tahun 1990 (dalam Bakaruddin, 2008) tentang kepariwisataan dalam pasal 1 menyatakan pengertian pariwisata :

- a) Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara suka rela bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
- b) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c) Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.
- d) Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
- e) Usaha kepariwisataan adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.
- f) Obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata.

g) Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

Seseorang atau kelompok memiliki alasan untuk membutuhkan dan melakukan perjalanan wisata (Bakaruddin, 2008 : 26), yaitu :

- 1) Kebutuhan untuk beristirahat dan berlibur karena dengan kesibukan sehari-hari terus orang akan mudah bosan dan akan merasa lelah.
- 2) Mengetahui lebih banyak keadaan lingkungan daerah lain, Negara lain tentang adat istiadat, keindahan alam, keistimewaan dan lain sebagainya.
- 3) Memperluas pergaulan dan pengalaman, hal ini telah menjadi sifat manusia baik yang tua maupun yang muda.

Menurut Yoeti (<http://www.docstoc.com/docs/Buku-Pariwisata-Indonesia>) wisatawan adalah seseorang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu dengan alasan apapun juga tanpa memegang suatu jabatan atau pekerjaan di tempat yang dikunjunginya.

6. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Yoeti (2008:111-116) dijelaskan jenis macam pariwisata dapat diklasifikasikan :

1) Letak geografis

a) Pariwisata Lokal

Yaitu pariwisata setempat yang mempunyai ruang lingkup relatif dekat dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja contoh : kepariwisataan padang ke bukittinggi.

b) Pariwisata Regional

Yaitu kepariwisataan yang lebih luas ruang lingkungannya dari peristiwa lokal, tetapi lebih sempit dari pada kepariwisataan nasional. Contoh : Kepariwisataan Sumatra Utara ke Sumatra Barat.

c) Kepariwisataan Nasional

Yaitu kepariwisataan yang berkembang dalam suatu Negara yang disebut juga "*Domestic Tourism*" (pariwisata dalam negeri) yang dilakukan Negara sendiri yang berdomisili pada Negara tersebut.

d) Regional-Internasional Tourism

Yaitu kepariwisataan yang melewati satu atau dua Negara tetapi masih dalam wilayah tersebut. Contoh kepariwisataan ASEAN.

e) Internasional Tourism

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berlalu lintas seluruh dunia.

2) Menurut Tujuan Atau Alasan Tertentu

a. Pariwisata Bisnis

Jenis pariwisata yang berhubungan dengan dinas atau berhubungan dengan kongres, seminar dan symposium dll.

b. Pariwisata Vokasional

Berkenaan dengan orang-orang yang melakukan saat cuti atau libur.

c. Pariwisata Pendidikan

Sejenis perjalanan untuk tujuan studi mempelajari suatu bidang ilmu tertentu.

3) Menurut Waktu Berkunjung

a. Pariwisata *Seasonal*

yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan pada musim-musim tertentu. Contoh perjalanan pada waktu musim panas untuk kegiatan berolahraga.

b. Pariwisata *Occasional*

yaitu berupa kegiatan yang dilakukan dengan adanya suatu *event* tertentu.

4) Manfaat Pariwisata

Pariwisata memberikan banyak manfaat dan keuntungan yang dapat dirasakan atau dinikmati oleh penikmatnya (Ditjend Pariwisata, 1994 : Bakaruddin, 2008 : 31-34).

a. Manfaat Ekonomi

Dengan meningkatnya arus wisatawan ke suatu daerah atau wilayah tertentu menurut macam pelayanan dan fasilitas yang semakin meningkat jumlah dan ragamnya. Hal ini memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk, pengusaha maupun pemerintah setempat itu sendiri. Misalnya :

- a) Kesempatan berusaha terbuka luas, baik usaha langsung maupun usaha tak langsung.
- b) Terbukannya lapangan kerja dan kesempatan berusaha disbanding sektor lain.

- c) Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah berupa jasa perjalanan, penginapan, angkutan, makanan dan minuman serta cendera mata.
 - d) Mendorong pembangunan daerah.
- b. Manfaat Sosial Budaya

Pengembangan pariwisata mempunyai dampak positif dalam bidang sosial budaya yang meliputi :

- a). Pelestarian budaya dan adat istiadat, yang merupakan salah satu sasaran untuk menikmati, mengagumi dan mempelajari kebudayaan dan adat istiadat serta sejarah suatu bangsa.
- b). Meningkatkan kecerdasan bangsa dan masyarakat Masyarakat yang dikunjungi akan banyak belajar dari wisatawan.
- c). Meningkatkan kesehatan dan kesegaran baik rohani dan mental serta jasmani.
- d). Mengurangi konflik sosial.

Saling berkunjung dan saling mengenal antara penduduk merupakan kunci utama mempererat persatuan dan kesatuan. Kemudian lebih banyak mengenal kekayaan dan keindahan tanah air melalui kunjungan wisata akan lebih menumbuhkan rasa memiliki, keinginan untuk mempertahankan Negara dan akan tumbuh rasa cinta terhadap tanah air.

B. Temuan Penelitian Sejenis

Penelitian yang sama diperlukan untuk mendukung penelitian yang penulis lakukan, agar dapat dilihat dan diketahui apakah penelitian yang dilakukan seperti penelitian yang dilakukan oleh Antonius Surbakti dan Jhon T. Ritonga tahun 2010 dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Siswa SMA terhadap Jasa Perguruan Tinggi”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa faktor pendapatan keluarga, pendidikan orang tua, harapan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, motivasi guru berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan. Sedangkan faktor jumlah anggota keluarga dan motivasi orang tua berpengaruh positif namun tidak signifikan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah jenis produk yang akan diteliti. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto dalam penelitian ini adalah tingkat ekonomi pengunjung, harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto, serta harga tiket masuk kebun binatang Kandi.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi dan keterkaitan antara variabel yang diteliti berdasarkan rumusan masalah.

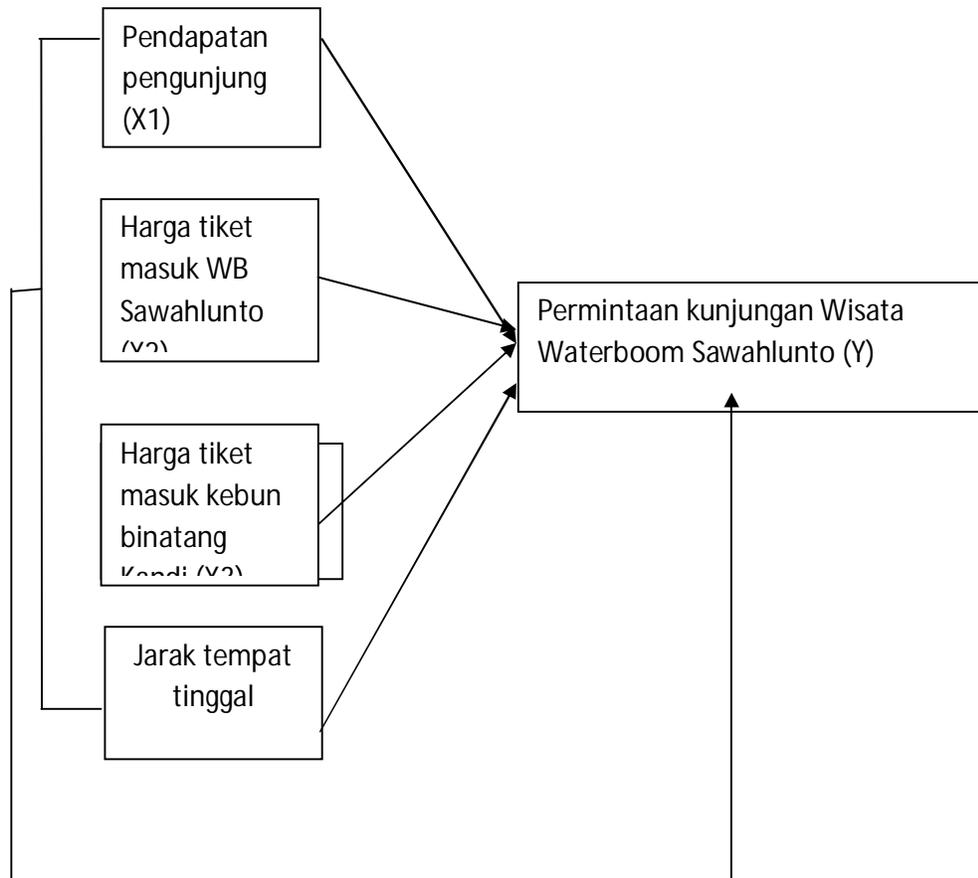
Berdasarkan teori yang telah dikemukakan di atas, maka permintaan kunjungan Waterbom Sawahlunto dipengaruhi oleh pendapatan pengunjung yang diukur dengan pendapatan rumah tangga tersebut dalam satu bulan, harga barang

konsumsi itu sendiri yang ditunjukkan oleh harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto, harga barang substitusi yang ditunjukkan oleh harga tiket masuk objek wisata kebun binatang Kandi.

Pendapatan (X1) berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan konsumen terhadap jumlah barang dan jasa. Semakin meningkat pendapatan berarti semakin besar alokasi pendapatan yang dapat digunakan untuk kebutuhan lain selain kebutuhan pokok, sehingga dapat meningkatkan permintaan terhadap kegiatan rekreasi atau pariwisata dan sebaliknya apabila pendapatan seseorang atau rumah tangga rendah maka permintaan akan kebutuhan lain selain kebutuhan pokok seperti pariwisata akan rendah juga atau tidak ada permintaan sama sekali. Tingkat ekonomi yang diukur dari pendapatan per bulan akan sangat menentukan apakah keluarga tersebut akan membutuhkan rekreasi walaupun pada hakikatnya setiap manusia membutuhkan rekreasi atau hiburan.

Harga tiket masuk (X2) sebuah objek wisata sangat menentukan dan menjadi faktor utama dalam mempengaruhi permintaan pariwisata oleh pengunjung. Harga tiket masuk yang murah dan terjangkau akan lebih jadi pilihan masyarakat, dalam hal ini apabila harga tiket Waterboom Sawahlunto lebih murah daripada harga tiket kebun binatang Kandi (X3) maka pengunjung akan lebih cenderung berulang untuk datang ke Waterboom Sawahlunto dibandingkan ke kebun binatang Kandi. Faktor jarak antara daerah tempat tinggal pengunjung dengan objek wisata yang akan dikunjungi (X4) berperan dalam permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto.

Agar penulisan ini lebih terarah, maka penulis memberikan gambaran dalam bentuk bagan sebagai berikut :



Gambar 7
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Sesuai dengan rumusan masalah dan kajian teori, maka rumusan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Terdapat pengaruh yang signifikan pendapatan pengunjung terhadap permintaan kunjungan wisata ke Waterboom Sawahlunto.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

- 2) Terdapat pengaruh yang signifikan harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto terhadap permintaan kunjungan wisata ke Waterboom Sawahlunto.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

- 3) Terdapat pengaruh yang signifikan harga tiket kebun binatang Kandi terhadap permintaan kunjungan wisata ke Waterboom Sawahlunto.

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 \neq 0$$

- 4) Terdapat pengaruh yang signifikan jarak tempat tinggal terhadap permintaan kunjungan wisata ke Waterboom Sawahlunto.

$$H_0 : \beta_4 = 0$$

$$H_a : \beta_4 \neq 0$$

- 5) Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan pengunjung, harga tiket masuk Waterboom, harga tiket masuk kebun binatang Kandi secara bersama-sama terhadap permintaan kunjungan wisata ke Waterboom Sawahlunto.

$$H_0 : \beta_1 : \beta_2 : \beta_3 : \beta_4 = 0$$

$$H_a : \text{Salah satu koefisien regresi } \beta_i \neq 0$$

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa; pertama, pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Hal ini berarti setiap kenaikan pendapatan akan menaikkan permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Dengan kenaikan pendapatan 1 % akan meningkatkan permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto sebesar 0.478 %. Peningkatan pendapatan dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya, baik itu kebutuhan pokok maupun kebutuhan tambahan seperti rekreasi. Jadi, semakin tinggi pendapatan masyarakat maka akan semakin tinggi pula permintaan akan kebutuhan rekreasi atau wisata.

Harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Dimana kenaikan harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto menyebabkan penurunan permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto sebesar 0.24 %. Harga tiket masuk sangat erat hubungannya dengan permintaan. Jika harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto mengalami kenaikan, pengunjung akan mencari objek wisata lain yang harganya lebih murah atau pengunjung akan meniadakan kunjungan pariwisata untuk sementara waktu.

Selain itu harga tiket masuk kebun binatang Kandi sawahlunto berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Hal ini salah satunya disebabkan oleh jasa pariwisata yang ditawarkan oleh kebun binatang kandi berbeda dengan jasa pariwisata yang ditawarkan oleh Waterboom Sawahlunto. Jadi oleh karena itu, berapapun harga tiket yang ditawarkan oleh kebun binatang Kandi tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata ke Waterboom Sawahlunto.

Jarak tempat tinggal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Hal ini berarti setiap penurunan atau pengurangan jarak tempat tinggal akan menaikkan permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Penurunan jarak tempat tinggal sebesar 1 % meningkatkan permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto sebesar 0.393 %. Hal ini dipengaruhi oleh faktor jarak, waktu tempuh serta biaya yang harus dikeluarkan pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Semakin jauh jarak tempat tinggal pengunjung maka akan semakin besar biaya yang akan dikeluarkan dan sebaliknya. Oleh karena itu pengunjung yang berjarak dekat dengan objek wisata dapat sering mengunjungi objek wisata tersebut.

Secara bersama-sama pendapatan, harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto, harga tiket masuk kebun binatang Kandi Sawahlunto dan jarak tempat

tinggal berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto.

B. Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Berarti pendapatan yang tinggi akan meningkatkan kemampuan daya beli barang dan jasa masyarakat, baik dalam memenuhi kebutuhan pokok maupun kebutuhan tambahan seperti kebutuhan wisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto berpengaruh signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata. Untuk itu disarankan kepada pengelola Waterboom Sawahlunto PT.WAHANA WISATA SAWAHLUNTO untuk mempertimbangkan secara tepat dalam penentuan harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto dan menjaga keamanan kenyamanan pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket masuk kebun binatang Kandi Sawahlunto berpengaruh signifikan terhadap permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto. Karena pengaruh dari barang substitusi akan mengurangi permintaan kunjungan Waterboom Sawahlunto. Oleh sebab itu disarankan kepada pengelola yaitu PT. WAHANA WISATA SAWAHLUNTO untuk selalu berinovasi

dalam mengembangkan Waterboom Sawahlunto dan menanggapi keluhan pengunjung serta menjaga kepercayaan dan loyalitas pengunjung.

Dari hasil penelitian ditemukan, selain faktor pendapatan, harga tiket masuk Waterboom Sawahlunto, harga tiket masuk kebun binatang Kandi Sawahlunto dan jarak tempat tinggal yang mempengaruhi permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto masih terdapat faktor penentu lainnya yang belum teruji dalam penelitian ini. Untuk itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih mengungkap faktor lain yang mempengaruhi permintaan kunjungan pariwisata Waterboom Sawahlunto.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhirmen. 2005. *Buku Ajar Statistika 1*. FE UNP : Padang
- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta: Jakarta
- Arjuliana, Tiva. 2010. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Pulsa Elektrik di Kecamatan Padang Timur Kota Padang*. UNP. (Skripsi): Padang
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Sawahlunto dalam Angka*. BPS Sawahlunto : Sawahlunto
- Bakaruddin. 2008. *Perkembangan dan Permasalahan Kepariwisataaan*. UNP Press : Padang
- Case, Karl.E dan Ray.C Fair. 2005. *Prinsip Ekonomi Mikro*. PT. Index : Jakarta
- Chairiya, Hartisticka. 2010. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Potong di Kota Padang*. UNP. (Skripsi) : Padang
- Gujarati, Damodar. 2006. *Basic Econometrics*. : McGraw-Hill Higher Education: Singapore
- Idris. 2008. *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*. FE UNP. Padang
- Joesron, Tati Suhartati. dan Fathorrozi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. PT. Index: Jakarta
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Salemba Empat: Jakarta
- T, Gilarso. 2001. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Kanisius : Yogyakarta
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. 2003. *Mikro Ekonomi*. PT. Index: Jakarta
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. 2007. *Mikro Ekonomi*. PT. Index: Jakarta