

**FAKTOR PENENTU PERMINTAAN SEKTOR INDUSTRI
PARIWISATA DI PROVINSI SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



**OLEH;
YENI RAHMITA SARI
1203556/2012**

**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

**FAKTOR PENENTU PERMINTAAN SEKTOR INDUSTRI
PARIWISATA DI PROVINSI SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

*Dijukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



OLEH;
YENI RAHMITA SARI
1203556/2012

**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

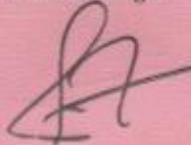
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
FAKTOR PENENTU PERMINTAAN SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA
DI PROVINSI SUMATERA BARAT

Nama : Yeni Rahmita Sari
NIM/TM : 1203556/2012
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Perencanaan
Fakultas : Ekonomi

Padang, 27 Februari 2018

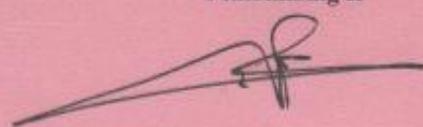
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



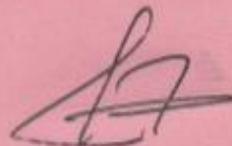
Drs. Ali Anis, M.S
NIP.19591129 198602 1 001

Pembimbing II



Drs. Zul Azhar, M.Si
NIP. 19590805 198503 1 006

Diketahui Oleh:
Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi



Drs. Ali Anis, M.S
NIP. 19591129 198602 1 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

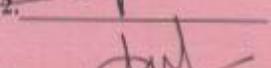
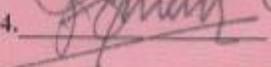
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

FAKTOR PENENTU PERMINTAAN SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA
DI PROVINSI SUMATERA BARAT

Nama : Yeni Rahmita Sari
NIM/TM : 1203556/2012
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Perencanaan
Fakultas : Ekonomi

Padang, 27 Februari 2018

Tim Penguji :

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1	Ketua	: Drs. Ali Anis, M.S	1. 
2	Sekretaris	: Drs. Zul Azhar, M.Si	2. 
3	Anggota	: Ariusni, SE, M, Si	3. 
4	Anggota	: Drs. Akhirmen, M.Si	4. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Yeni Rahmita Sari
NIM / TahunMasuk : 1203556 / 2012
Tampat / TanggalLahir : Blangkejeren/ 31 Mei 1994
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Perencanaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jln. Cenderawasih, Gang Pari No 13A
No. HP / Telepon : 085376368358
JudulSkripsi : Faktor Penentu Permintaan Sektor Industri
Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis / skripsi ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis / skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis / skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikianlah 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 karena karya tulis / skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 06. Februari.2018

Yeni menyatakan,



Yeni Rahmita Sari
NIM. 1203556/2012

ABSTRAK

Yeni Rahmita Sari (1203556/2012): Faktor Penentu Permintaan Sektor Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat. Di bawah bimbingan Bpk Drs. Ali Anis, MS dan Bpk Drs. Zul Azhar, M, Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh sektor akomodasi terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. (2) pengaruh sektor usaha perjalanan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. (3) pengaruh toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. (4) pengaruh sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan dan toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan asosiatif. Jenis data adalah data sekunder. Penelitian ini menggunakan data *time series* yaitu menggunakan 31 tahun di Provinsi Sumatera Barat. Analisis deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari; (1) Rata-Rata (2) Standar Deviasi (3) koefisien Variasi. Analisis induktif dalam penelitian ini mencakup; (1) Uji asumsi klasik (2) Analisis model regresi (3) Koefisien determinan (R^2) (4) Uji t Uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Sektor akomodasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat ($\alpha=0,4067$). (2) Sektor usaha perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat ($\alpha=0,0102$). (3) Toko souvenir berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat ($\alpha=0,0417$). (4) Sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, dan toko souvenir secara bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat ($\alpha=0,0369$).

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyatakan kepada pemerintah meningkatkan promosi objek-objek wisata, juga harus menonjolkan keunggulan kondisi alam yang dimiliki untuk menarik wisatawan, mengaktifkan kembali organisasi yang bergerak dalam bidang pengembangan sektor akomodasi, biro perjalanan, toko souvenir, dan menjaga kenyamanan dan keamanan dalam bentuk harga dalam penjualan cindramata (toko souvenir).

Kata kunci: Sektor Akomodasi, Sektor Usaha Perjalanan, Toko Souvenir, dan Permintaan Industri Pariwisata.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan ke hadapan Allah SWT Pencipta dan Pemelihara alam semesta atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Faktor Penentu Permintaan Sektor Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat*” dan tidak lupa pula penulis tuturkan shalawat beriring salam tetap kita sanjungkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang mana beliau yang telah membawa kita dari zaman zahiliyah menuju ke zaman islamiyah yakni agama islam.

Penulis skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata S1 Universitas Negeri Padang. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini banyak mengalami hambatan, namun berkat do’a, bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu secara khusus penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya, yang telah memberikan mukjizat serta kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Idris, M. Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Drs. H. Ali Anis, MS selaku ketua jurusan ilmu ekonomi dan dosen pembimbing I (satu) yang telah meluangkan waktunya untuk

4. memberikan bimbingan, motivasi, masukan-masukan dan saran yang sangat berguna bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Zul Azhar, M. Si selaku dosen pembimbing II (dua) yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan pengarahan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Ariusni, SE, M. Si dan Bpk Drs. Akhirmen, M, Si selaku dosen penguji.
7. Segenap dosen jurusan Ilmu Ekonomi atas segala ilmu dan bimbingannya.
8. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat beserta staf telah membantu kelancaran bagi penulis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam skripsi.
9. Teristimewa penulis ucapkan pada Ayahnda (Zainuddin) dan Ibunda (Sakdiah) tercinta yang telah memberikan nasehat, do'a, dan dukungan moril maupun material untuk penulis dalam menuntut ilmu, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Tersayang penulis ucapkan pada ketiga adik-adik (Widia Purnama Sari, Saipul Sukur dan Ainun Arabia), serta keluarga besar yang selalu mendoakan, memberi semangat dan pengorbanannya kepada penulis.
11. Terkhusus buat Nasrul Ulma yang tak henti-hentinya memberikan semangat, sport, do'a, waktu, tenaga, pikiran, dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. *Special thanks for my close friends* Eli, Siska, Ica, Bg Yayek, Bg Dika, Yuni, Moca, Atil, Amel, Tarin, Uni, Elsa, Lia, Mamao, Sahip, Arif, Armo, Yanti, Najim, Reni, Dona, Iting, Edo, Nany, Keza, Popi, Maria, Tika Endut, Dila, Kak Tina, Kak Nazmi, Kak Yanti, Kak Mei dan sahabat-sahabat lainnya yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan untuk selalu berjuang menyelesaikan skripsi ini.

13. Rekan-rekan seperjuangan Jurusan Ilmu Ekonomi terutama angkatan 2012 yang telah saling memotivasi dan membantu terselesainya skripsi ini. Maaf tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Meski demikian, penulis merasa masih banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh sebab ini penulis sangat terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat diterima sebagai gagasan anak bangsa yang layak didukung untuk menjadi solusi atas permasalahan ibu pertiwi ini.

Padang, 09 Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakan.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teoritis.....	14
1. Permintaan	14
2. Industri Pariwisata.....	27
3. Permintaan industri pariwisata.....	33
4. Sektor Akomodasi Dan Industri Pariwisata	39
5. Sektor Usaha Perjalanan Dan Industri Pariwisata.....	41
6. Toko Souvenir Dan Industri Pariwisata.....	42
B. Penelitian Terdahulu.....	43
C. Kerangka Konseptual.....	46
D. Hipotesis.....	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	49
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	49
C. Jenis Dan Sumber Data.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Variabel Penelitian.....	50
F. Definisi Operasional Variabel.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	57
1. Gambaran Umum Penelitian	57
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
3. Analisis Induktif	71
B. Pembahasan	81
1. Pengaruh Sektor Akomodasi Terhadap Permintaan Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat	81
2. Pengaruh Sektor Usaha Perjalanan Terhadap Permintaan Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat	83
3. Pengaruh Toko Souvenir Terhadap Permintaan Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat	85
4. Pengaruh Sektor Akomodasi, Sektor Usaha Perjalanan Dan Toko Souvenir Terhadap Permintaan Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat	86

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 88

B. Saran 89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Sektor Industri Pariwisata Menurut Jenis Usaha Dan Wisatawan Mancanegara Di Provinsi Sumatera Barat 2001-2015.....	8
1.2	Wisatawan Mancanegara Yang Berkunjung Ke Provinsi Sumatera Barat Menurut Kebangsaan.....	10
1.3	Pergerakan Wisatawan Mancanegara Dan Wisatawan Nusantara Ke Provinsi Sumatera Barat 2007-2015.....	11
3.4	Nilai Durbin Watson.....	54
4.5	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Provinsi Sumatera Barat Dari Tahun 1985-2015.....	60
4.6	Jumlah Sektor Akomodasi Di Provinsi Sumatera Barat Dari Tahun 1985-2015	64
4.7	Jumlah Sektor Usaha Perjalanan Di Provinsi Sumatera Barat Dari Tahun 1985-2015.....	67
4.8	Jumlah Toko Souvenir Di Provinsi Sumatera Barat Dari Tahun 1985-2015.....	70
4.9	Hasil Uji Stasioneritas Masing-Masing Variabel.....	72
4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
4.11	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	74
4.12	Hasil Uji Autokorelasi.....	75
4.13	Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1	Kurva Total Utility Dan Marginal Utility.....	17
2.2	Kurva Indefferen.....	19
2.3	Kurva Garis Anggaran.....	20
2.4	Kurva Menentukan Jumlah Kepuasan Konsumen.....	21
2.5	Kurva Pergerakan Sepanjang Kurva Permintaan.....	23
2.6	Kurva Permintaan Hubungan Antara Harga Dan Kualitas Dalam Permintaan Industri Pariwisata.....	39
2.7	Kerangka Konseptual.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

2.1 Data Variabel.....	91
2.2 Hasil Uji Stasioneritas Masing-Masing Variabel.....	92
2.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
2.4 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	94
2.5 Hasil Uji Autokorelasi.....	94
2.6 Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda.....	95

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini pariwisata sudah menjadi primadona masyarakat dunia dimana industri pariwisata dijadikan sumber pendapatan negara di dunia. Pada tahun 2015, *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) melaporkan pertumbuhan kunjungan wisata mancanegara mencapai 4% pada tahun ini meski ekonomi global menurun, akan tetapi industri pariwisata dunia tetap tumbuh. Pertumbuhan tersebut memang lebih rendah bila dibandingkan dengan kunjungan wisata internasional tahun lalu yang mencapai 4,3%. Di tengah melemahnya ekonomi global berdampak pada ekspor Indonesia, sehingga sektor industri di bidang pariwisata memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan ekonomi di Indonesia. Indonesia merupakan negara kepulauan yang banyak menyimpan kekayaan alam, kebudayaan yang sangat beragam mulai dari Sabang hingga Marauke.

Keragaman budaya ini didasari oleh adanya agama, adat istiadat yang unik, dan kesenian yang dimiliki oleh setiap suku yang ada di Indonesia. Disamping itu, alamnya yang indah akan memberikan daya tarik tersendiri baik itu alam pegunungan, alam bawah laut, maupun pantai. Agar kebudayaan ini bisa dinikmati sebagai daya tarik bagi wisatawan memerlukan sarana dan prasarana pendukung. Sebagai negara yang sedang meningkatkan sektor dibidang pariwisata dalam rangka peringatan 100 tahun kebangkitan Indonesia. Tidak ingin ketinggalan dengan negara tetangga seperti Malaysia, Singapura dan Thailand, dalam hal jumlah wisatawan mancanegara yang

berkunjung ke Indonesia melalui bandara-bandara internasional. Dimana sektor pariwisata bila dikembangkan secara terpadu, peran sektor pariwisata akan melebihi sektor lainnya.

Sektor industri pariwisata merupakan potensi ekonomi yang sangat besar bagi suatu negara atau daerah terutama yang termasuk dalam Kelompok Daerah Tujuan Wisata Utama (DTWU). Potensi ekonomi dari sektor pariwisata dapat berasal dari wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Keunggulan lain dari kegiatan pariwisata, khususnya wisatawan mancanegara adalah masuknya devisa yang dibawa oleh wisatawan tersebut sehingga pariwisata dikatakan sebagai salah satu sumber pemasukan devisa negara yang semakin produktif dengan diberlakukan bebas visa.

Menurut Presiden Jokowi, kebijakan bebas visa yang diberlakukan Indonesia dengan tujuan mendapatkan devisa yang lebih besar dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia. Berdasarkan data kementerian pariwisata dengan diberlakukan bebas visa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama Januari-Desember 2015 mencapai 10.406.759 juta wisatawan yang melampaui angka yang ditargetkan pemerintah yaitu 10 juta wisatawan mancanegara. Dari angka tersebut, diperoleh devisa pariwisata mencapai 11,9 Miliar Dolar AS atau setara Rp 163 Triliun dengan perhitungan rata-rata lama menginap dipenginapan selama berlibur di Indonesia adalah 8,50 hari dengan pengeluaran sebanyak 1.190 Dollar AS per orang setiap kali berkunjung ke

Indonesia. Dengan bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia, perlu untuk mempersiapkan informasi.

Informasi saat ini dipercepat oleh proses globalisasi dunia yang menyebabkan terjadinya interkoneksi antara bidang, antar bangsa, dan antar individu yang hidup di dunia. Perkembangan teknologi informasi juga sudah tidak diragukan lagi untuk mempercepat dinamika globalisasi dunia, termasuk juga didalamnya perkembangan dunia hiburan, rekreasi dan pariwisata. Faktor-faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu faktor *irasional* (dorongan bawah sadar) dan faktor *rasional* (dorongan yang disadari). Faktor *irasional* terdiri atas lingkup pergaulan dan ikatan-ikatan keluarga, tingkah laku prestise, tiruan dan mode, penganguman pribadi, perasaan keagamaan, hubungan masyarakat dan promosi pariwisata, iklan dan promosi pariwisata, dan yang terakhir adalah kondisi ekonomi (berkaitan dengan pendapatan dan biaya). Faktor *rasional* terdiri atas sumber-sumber wisata, fasilitas wisata (organisasi industri pariwisata, transportasi, prosedur kunjungan, imigrasi dan bea cukai), kondisi lingkungan masyarakat, situasi politik (hubungan antar bangsa, tingkat keamanan dan tingkat kebebasan warganya) dan kondisi geografis (jarak dari negara asal wisatawan, keindahan alam dan daya tarik obyek wisata sebagainya (Wahab dalam Zaeni, 2008).

Unsur-unsur yang terlibat didalam industri pariwisata adalah meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Akomodasi adalah tempat bagi seseorang untuk tinggal sementara, dapat berupa hotel, *losmen*, *goust house*, pondok, *cottage inn*, perkemahan, *caravan*, *bag packer* dan sebagainya.
2. Rumah makan/restoran adalah industri yang bergerak dalam bidang penyediaan makanan dan minuman, yang dikelola secara komersial. Jenis usaha ini dapat dibedakan dalam manajemennya, yaitu cara pengelolaannya, apakah dikelola secara mandiri maupun terkait dengan usaha lain. Industri yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman ini merupakan industri yang paling menjanjikan karena seperti yang dikatakan banyak orang dalam berwisata, orang boleh menahan diri untuk tidak membeli pakaian atau jenis sandang lainnya tetapi tidak ada wisatawan yang dapat menahan untuk mencicipi makanan dan minuman.
3. Souvenir adalah oleh-oleh atau kenang-kenangan yang dapat dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asalnya. Souvenir atau cinderamata ini biasanya berupa benda-benda kerajinan tangan yang dibentuk sedemikian rupa sehingga memberikan suatu keindahan seni dan sifatnya khas untuk tiap daerah.
4. Biro perjalanan adalah suatu badan usaha dimana operasionalnya meliputi pelayanan semua proses perjalanan dari seseorang sejak berangkat hingga kembali, sehingga mereka merasa nyaman selama perjalanan.

Sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah wisatawan ke Indonesia, pemerintah melalui dinas pariwisata dan industri pariwisata daerah terus mengembangkan dan mempromosikan daerah-daerah wisata yang menjadi

destinasi pilihan di Indonesia. Upaya pemerintah ini memberikan hasil positif dimana sudah banyak bermunculan daerah pariwisata baru di Indonesia salah satunya di Provinsi Sumatera Barat. Provinsi Sumatera Barat merupakan suatu provinsi yang berada di bagian Barat tengah Pulau Sumatera dengan Kota Padang sebagai ibu kotanya. Sesuai dengan namanya, wilayah provinsi ini menempati sepanjang Pesisir Barat Sumatera bagian tengah dan sejumlah pulau lepas pantai seperti Kepulauan Mentawai. Di Provinsi Sumatera Barat terdapat sejumlah sungai besar yang bermuara ke Pantai Timur Sumatera seperti Batang Hari, Siak, Indragiri (disebut sebagai Batang Kuantas di bagian hulunya), dan Kapar. Sementara sungai yang bermuara ke Pesisir Barat adalah Batang Anai, Batang Arau dan Batang Tarusan.

Provinsi Sumatera Barat Terdapat 29 gunung yang tersebar di 7 kabupaten dan kota, dengan Gunung Kerinci di Kabupaten Solok Selatan yang mencapai ketinggian 3.085 m. Selain Gunung Kerinci, Provinsi Sumatera Barat juga memiliki gunung aktif lain, seperti Gunung Merapi, Gunung Tandikat, dan Gunung Talang. Selain daerah pegunungan Provinsi Sumatera Barat juga memiliki banyak danau, danau terluas adalah danau Singkarak di Kabupaten Solok dan kabupaten Tanah Datar dan danau Maninjau di Kabupaten Agam. Dengan luas mencapai 130,1 km². Provinsi Sumatera Barat merupakan daerah yang tepat untuk berpetualang hingga ke daerah pedalaman, mulai dari alam bebas, satwa liar, pulau, pantai, hingga hutan hujan tropis. Provinsi Sumatera Barat sangat kaya akan potensi wisata, berupa keindahan alam dan budaya. Masyarakat Provinsi Sumatera Barat juga

terkenal dengan keramahan dan budaya ketimuran yang melekat sehingga dapat menjadi andalan dalam mendukung sektor pariwisata. Provinsi Sumatera Barat merupakan satu dari sepuluh provinsi yang ditetapkan oleh pemerintah sebagai daerah destinasi wisata unggulan di Indonesia, dan baru-baru ini Provinsi Sumatera Barat berhasil dalam meraih kompetisi wisata halal tingkat dunia *The World Halal Tourism Awards 2016*.

Tempat-tempat wisata di Sumatera Barat tersebar merata hampir di seluruh kota maupun kabupaten. Kota Padang yang merupakan ibu kota provinsi Sumatera Barat memiliki banyak tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi, seperti Pulau Sirandah, Pulau Sikoci Pagang, dan Pasumpahan. Selain Padang Kabupaten Solok juga memiliki daya tarik wisatawan. Salah satunya yaitu Danau Singkarak (danau kedua terbesar di Indonesia setelah Danau Toba), Danau Talang, Danau Diatas, dan Danau Dibawah yang sungguh menawan. Daerah selanjutnya di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki potensi wisata yang cukup baik adalah Bukittinggi. Bukittinggi yang pernah menjadi ibu kota negara Indonesia dimasa pemerintahan Soekarno dikelilingi oleh tiga gunung berapi yakni Gunung Singgalang, Gunung Merapi dan Gunung Tandikat. Di tengah-tengah kota berdiri Jam Gadang (jam besar) yang menjadi *icon* kota ini. Daerah lainnya yang tidak kalah menarik adalah Kabupaten Agam, dimana di Kabupaten Agam ini terdapat Danau Maninjau yang menjadi *icon* wisata. Seorang sastrawan nasional pernah menulis keelokan Danau Maninjau tak kalah dengan keindahan danau-danau di Luzern, Zurich atau Genewa (Swiss) yang terkenal di seluruh dunia. Salah

satu keunikan dari kota ini adalah perjalanan ke danau yang harus melewati 44 kelokan tajam yang terkenal dengan kelok *Ampek Puluh Ampek* (empat puluh empat). Daerah selanjutnya yang memiliki potensi wisata yakni Kabupaten 50 Kota, yang memiliki potensi wisata yang tidak kalah indahnya, seperti Lembah Harau yang terkenal dengan air terjun dengan ketinggian 150 meter dan Bukit-Bukit Kapur. Di kawasan ini bisa terdengar suara-suara fauna seperti Harimau, Tapir, dan Siamang.

Provinsi Sumatera Barat juga memiliki daerah kepulauan yang sudah terkenal hingga mancanegara, yakni Kepulauan Mentawai. Popularitas Mentawai di mancanegara bahkan hampir menyamai Bali. Kawasan yang masih alami yang dikelilingi oleh Hutan Bakau ini memiliki puluhan pulau yang masih sangat indah, air yang bersih dan jernih serta berpasir putih. Disamping indah perairan Mentawai juga dikenal sebagai tempat paling menantang bagi wisatawan salah satunya yang memiliki hobi olah raga air atau *surfing* karena hempasan gelombang Samudera Hindia menghasilkan ombak yang menarik. Tidak heran bila Pantai Mentawai sangat populer di kalangan peselancar mancanegara.

Industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat apabila dapat dikembangkan secara maksimal akan menjadi aset berharga bagi Provinsi Sumatera Barat. Berbagai ragam objek wisata yang ada di Provinsi Sumatera Barat dapat menjadikan penopang perekonomian di Provinsi Sumatera Barat. Potensi pariwisata di Provinsi Sumatera Barat mulai berkembang dengan baik, sehingga dengan berkembangnya potensi ini sebaiknya

dipromosikan. Dalam mempromosikan kekayaan wisata Provinsi Sumatera Barat perlu dilakukan pembenahan-pembenahan yang meliputi sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, dan toko souvenir di Provinsi Sumatera Barat. Jika sinergi dan kerja sama dapat berjalan dengan baik, maka tingkat kunjungan wisatawan ke Provinsi Sumatera Barat akan lebih meningkat. Apalagi dengan mendapat penghargaan sebagai wisata halal terbaik di dunia, maka akan banyak dunia luar yang melirik Provinsi Sumatera Barat. Berikut tabel 1.1 banyaknya sektor industri pariwisata menurut jenis usaha dan wisatawan mancanegara di Provinsi Sumatera Barat.

Tabel 1.1 Sektor Industri Pariwisata Menurut Jenis Usaha Dan Wisatawan Mancanegara Di Sumatera Barat 2001-2015

No	Tahun	Sektor Akomodasi (unit)	%	Sektor Usaha Perjalanan (unit)	%	Toko Souvenir (unit)	%	Wisatawan Mancanegara (Orang)	%
1	2001	246	0,03	55	0,15	38	-0,1	25.040	0,2
2	2002	146	-0,41	89	0,62	77	1,03	29.307	0,17
3	2003	145	-0,01	58	-0,35	75	-0,03	51.678	0,76
4	2004	156	0,08	54	-0,07	39	-0,48	76.951	0,49
5	2005	232	0,49	155	1,87	39	0	84.646	0,1
6	2006	230	-0,01	140	-0,1	47	0,21	24.652	-0,71
7	2007	224	-0,03	148	0,06	36	-0,23	27.978	0,13
8	2008	225	0	148	0	36	0	37.762	0,35
9	2009	178	-0,21	148	0	15	-0,58	47.263	0,25
10	2010	273	0,53	140	-0,05	15	0	27.091	-0,43
11	2011	272	0	193	0,38	35	1,33	34.522	0,27
12	2012	300	0,1	194	0,01	65	0,86	36.623	0,06
13	2013	339	0,13	213	0,1	85	0,31	48.710	0,33
14	2014	370	0,09	225	0,06	99	0,16	56.111	0,15
15	2015	371	0	238	0,06	83	-0,16	48.755	-0,13

Sumber: BPS Sumatera Barat Dalam Angka, (1985-2016)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat Dalam Angka, pada tahun 2003 jumlah wisatawan mancanegara meningkat sebesar 51.678 orang. Disebabkan oleh terjadinya bom Bali yang menyebabkan wisatawan mengalihkan kunjungan ke Provinsi Sumatera Barat. Naik dibandingkan pada tahun sebelumnya yang jumlah wisatawan mancanegara sebesar 29.307 orang. Sedangkan toko souvenir, sektor usaha perjalanan dan sektor akomodasi mengalami penurunan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2006 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Sumatera Barat mengalami penurunan sebesar 24.652 orang, turun dari tahun sebelumnya yang sebesar 84.646 orang turunya mencapai -0,71 persen. Sama halnya dengan sektor akomodasi dan biro perjalanan, hal ini disebabkan terjadinya inflasi di Provinsi Sumatera Barat mencapai 8,05 persen sedangkan inflasi nasional 6,60 persen.

Pada tahun 2010 jumlah wisatawan mancanegara mengalami penurunan kembali yaitu sebesar 27.091 orang, karena terjadinya bencana alam pada tahun 2009 yaitu gempa bumi yang melanda Provinsi Sumatera Barat. Jadi banyak tempat wisata yang tidak beroperasi dan wisatawan tidak diizinkan untuk berkunjung atau berlibur ke Provinsi Sumatera Barat, kecuali menjadi relawan dalam bencana alam. Berdasarkan data statistik berikut tabel 2.1 jumlah wisatawan mancanegara berdasarkan negara asal.

Tabel 2.1 Wisatawan Mancanegara Yang Berkunjung Ke Provinsi Sumatera Barat Menurut Kebangsaan

No	Kebangsaan	Jan-Okt 2014	Jan-Okt 2015
1	Malaysia	33.717	27.825
2	Australia	2.157	1.546
3	Thailand	248	141
4	Inggris	327	295
5	Prancis	245	390
6	Tiongkok	124	297
7	Singapura	171	177
8	Amerika	280	226
9	Jepang	217	185
10	Belanda	364	163
Total 10 Negara		37.85	31.249
Lainnya		6.888	7.393
Total		44.7138	38.642

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)

Pada umumnya pengunjung yang datang ke Provinsi Sumatera Barat wisatawan domestik dan masyarakat Provinsi Sumatera Barat yang pulang kampung. Maka diperlukan suatu strategi untuk menarik lebih banyak lagi wisatawan mancanegara. Dimana pemerintah kota Provinsi Sumatera Barat diminta memperkuat *icon* wisata dan fasilitas di masing-masing daerah guna memudahkan perjalanan mancanegara sehingga mendorong kunjungan wisatawan mancanegara ke tanah air. Beragam potensi alam, kuliner, dan sejarah, tapi mengapa pariwisata Provinsi Sumatera Barat sulit berkembang dan jauh tertinggal dengan daerah seperti Provinsi Bali, Yogyakarta, Bandung, Batam, dan Sumatera Utara. Berikut tabel 1.3 pergerakan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara ke Provinsi Sumatera Barat 2007-2015.

Tabel 1.3 Pergerakan Wisatawan Mancanegara Dan Wisatawan Nusantara Ke Provinsi Sumatera Barat 2007-2015

Tahun	Jumlah (Orang)	
	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
2007	27.978	4.843.822
2008	37.762	6.729.514
2009	47.263	7.065.990
2010	27.091	4.575.601
2011	34.522	5.106.321
2012	36.623	5.948.295
2013	48.710	6.261.363
2014	56.111	6.605.738
2015	48.755	6.973.678

Sumber: Dinas Budpar Provinsi Sumbar (2016)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, mengenai sektor industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat tersebut. Untuk itu penulis mencoba meneliti lebih lanjut mengenai: ***“Faktor Penentu Permintaan Sektor Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Sejauhmana pengaruh sektor akomodasi terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat?
2. Sejauhmana pengaruh sektor usaha perjalanan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat?
3. Sejauhmana pengaruh toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat?

4. Sejauhmana pengaruh sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh sektor akomodasi terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.
2. Pengaruh sektor usaha perjalanan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.
3. Pengaruh toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.
4. Pengaruh sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi sejumlah pihak, diantaranya:

1. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi pengembangan Ilmu Ekonomi khususnya Ilmu Ekonomi Perencanaan Pembangunan yang khususnya membahas pengaruh sektor akomodasi,

sektor usaha perjalanan dan toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata.

3. Bagi pemerintah daerah, untuk sumber informasi dan koreksiapa faktor penentu permintaan sektor industri pariwisata, sehingga pemerintah bisa lebih mengembangkan sekor industri pariwisata untuk ke depannya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, yakni sebagai referensi dalam mengkaji masalah yang berkaitan.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Permintaan

Permintaan adalah hasrat atau keinginan dari seorang atau sekelompok orang untuk dapat memiliki sejumlah barang atau jasa, yang disertai dengan kemampuan untuk membelinya pada tingkat harga tertentu dan kondisi tertentu. Dengan perkataan lain, permintaan berarti sejumlah barang dan jasa yang dapat dibeli pada saat tertentu.

Menurut Joesron (2003:99), permintaan perorangan adalah kuantitas suatu barang yang ingin diperoleh seorang pembeli pada berbagai tingkat harga. Sedangkan menurut Yoeti (2008:109), permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli oleh konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau priode tertentu.

Nicholson (2011:12) mengemukakan permintaan (*demand*) dalam ekonomi mikro dapat didefinisikan “pada dasarnya sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama priode waktu tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu”.

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa ada dua jenis permintaan, yaitu terdiri dari barang dan jasa. Permintaan jasa dapat kita definisikan sebagai keinginan konsumen membeli suatu jasa yang ditawarkan kepadanya dan dibeli serta dikonsumsi pada waktu yang sama, pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Bila dihubungkan dengan bidang pariwisata, Yoeti (2008:110) menyatakan bahwa dalam bidang kepariwisataan pengertian permintaan tidak semudah pengertian permintaan terhadap barang manufaktur biasa. Hal ini tidak lain karena sifat dan bentuknya dari produk industri pariwisata itu sendiri yang banyak dengan produk industri lainnya. Permintaan dalam kepariwisataan dapat berupa benda bebas (*free goods*) dapat diperoleh tanpa membelinya tetapi menjadi daya tarik bagi wisatawan sebagai objek pariwisata misalnya pemandangan alam yang indah, udara yang segar, cahaya matahari, laut, danau, sungai dan sebagainya.

Dari berbagai pendapat ahli diatas mengenai definisi permintaan maka dapat disimpulkan dalam permintaan terdapat unsur kebutuhan individu terhadap barang dan jasa dimana dalam pemenuhannya membutuhkan kemampuan dari individu tersebut untuk membelinya dengan berbagai tingkat harga dan dalam periode waktu tertentu.

Ada dua pendekatan pokok teori permintaan konsumen yang dikemukakan oleh Bilas (2005:38) diantaranya:

a. Teori Permintaan Konsumen Analisis Guna Batas

Kaum klasik, memperoleh utilitas marginal terukur (*measurable marginal utility*), yakni kepuasan. Dimana kepuasan yang diperoleh konsumen dari barang dan jasa yang dikonsumsi dapat dinyatakan dalam angka kardinal. Oleh karena itu fungsi utilitas diformulasikan sebagai berikut.

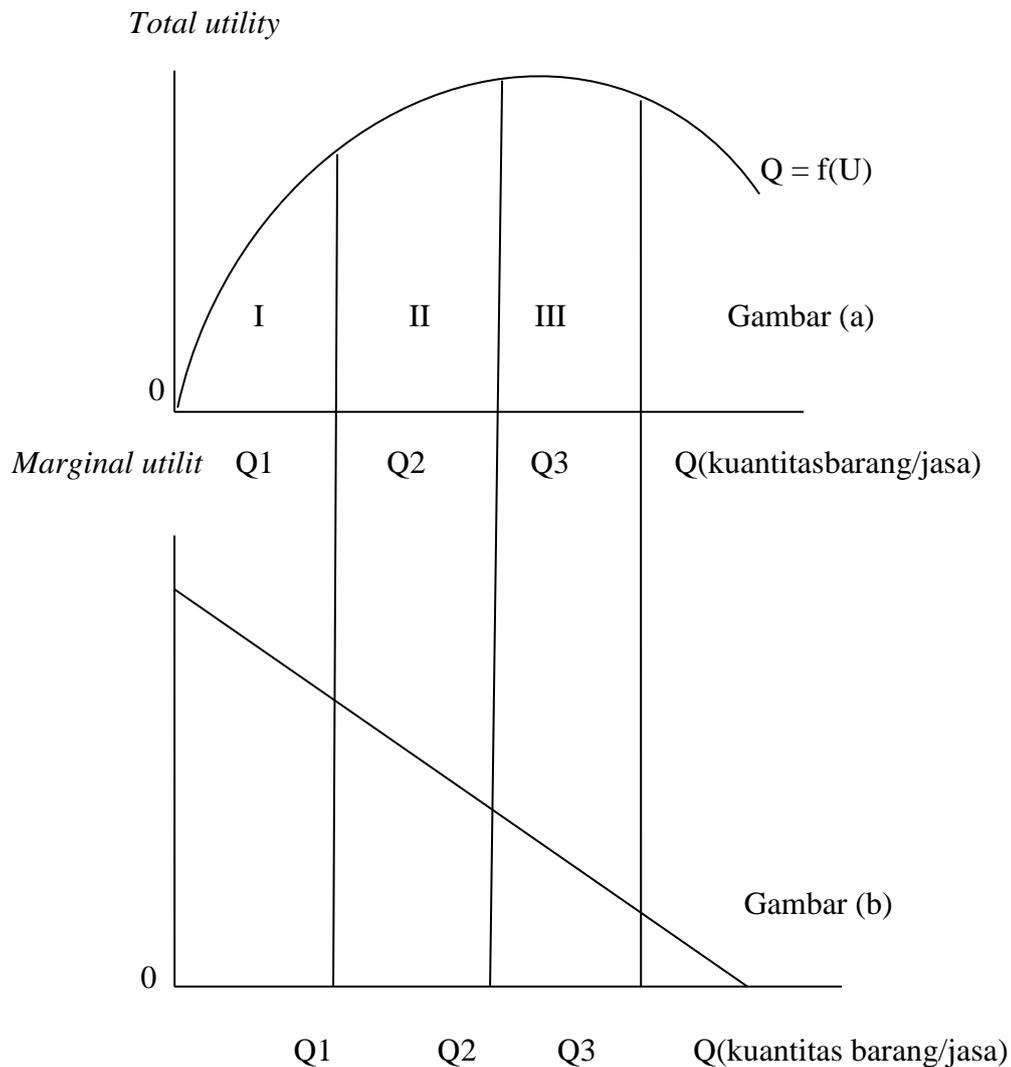
$$U = f(Q_1, Q_2) \dots \dots \dots (2.1)$$

Sebagai teori permintaan analisis guna batas tersebut sebagai pendekatan cardinal atau sering juga dikenal dengan marginal utility merupakan tambahan kepuasan yang diperoleh konsumen karena tambahan unit barang yang dikonsumsi oleh konsumen tersebut. Pada marginal utility ini berlaku hukum *low of diminishing marginal utility*, yang dikemukakan oleh herman hendrik gossen, sehingga dikenal dengan hukum gossen.

Low of diminishing marginal utility yaitu keadaan dimana kepuasan seseorang akan menurun ketika menambah konsumsinya secara terus menerus. Hal ini senada yang di ungkapkan oleh Bilas (2005:38), pada jumlah pembelian tertentu, guna total yang diperoleh konsumen karena memiliki barang, mencapai maksimum. Sesudah tingkat konsumen tersebut guna total turun, jika tidak ada alasan lain dari pada masalah penyimpanan.

Pada gambar 1.2 (a) ditunjukkan pada mulanya kepuasan total konsumen (*total utility*) meningkat dari Q1 ke Q2 yang berarti jika mengkonsumsi suatu barang dan jasa bertambah, maka kepuasan meningkat. Kurva total utility ini mencapai maksimum, ketika mengkonsumsi sebanyak Q3. Sedangkan pada gambar 2.1 (b) menunjukkan kurva utilitas marjinal, dimana selama suatu periode waktu yang relatif pendek (faktor relevan lainnya diasumsikan konstan), ketika konsumen menaikkan konsumsi tersebut akan menjadi kecil atau menurun. dari gambar tersebut tampak bahwa apabila nilai utilitas total mencapai maksimal, maka nilai utilitas marjinal (Mu) sama dengan nol, selanjutnya apabila nilai utilitas total menurun, maka nilai utilitas marjinal

marjinal (Mu) akan menjadi negatif. Pernyataan tersebut membuktikan berlakunya *low of diminishing marginal utility*.



Gambar 2.1. Kurva Total Utility dan Marginal Utility

Sumber: Pyndick (2003:116)

Asumsi dasar pada pendekatan kardinal ini adalah:

- 1) Konsumen dikatakan rasional jika jika mereka senantiasa berusaha menggunakan pendapatannya yang jumlahnya terbatas untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa yang akan mendatangkan kepuasan maksimum.

- 2) Kepuasan suatu barang dapat diukur dalam satuan ukuran yang disebut satuan kepuasan.
- 3) Semakin banyak barang yang dikonsumsi oleh konsumen maka tambahan kepuasan konsumen semakin berkurang.
- 4) Kepuasan atas suatu barang dapat ditambahkan dengan kepuasan atas suatu barang lainnya.

Secara matematis kepuasan konsumen dapat dituliskan sebagai berikut;

$$TU = U_1 + U_2 + U_3 \dots + U_n \dots \dots \dots (2.2)$$

Dimana $Tu = total\ utility$, sedangkan $U_1 + U_n$ adalah *utility* atas suatu barang yang dikonsumsi kepuasan maksimum diperoleh ketika tambahan kepuasan atas konsumsi suatu barang sama dengan barang yang dibayarkan (untuk konsumsi satu jenis barang). Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$MU = P \dots \dots \dots (2.3)$$

b. Teori Permintaan Konsumen Analisis Kurva Indifferen

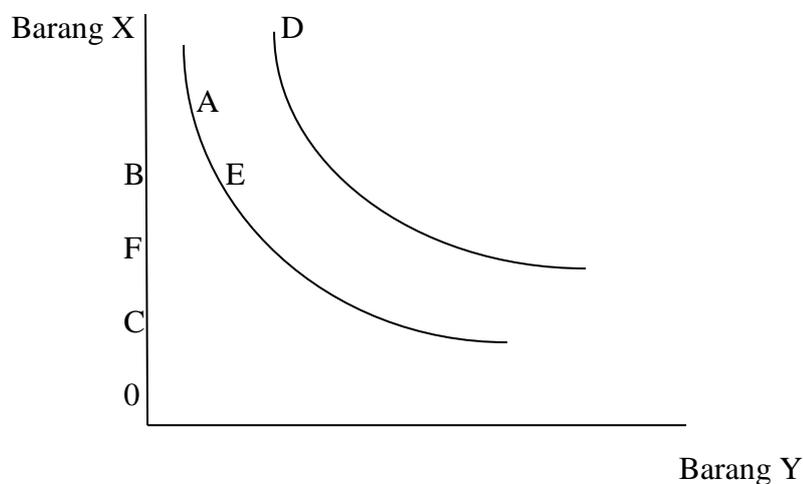
Teori permintaan konsumen analisis kurva indifferen disebut juga dengan pendekatan ordinal. Pendekatan ordinal muncul sebagai akibat adanya kelemahan pada pendekatan kardinal, yang menyatakan kepuasan total atau kepuasan tambahan kepuasan yang bias diukur dalam angka. Menurut pendekatan ordinal kepuasan itu tidak perlu diukur, tetapi dibuat peringkat atau rangking (*ordinal magnitude*). Konsumen diantara berbagai pilihan yang dihadapi. Dalam memaksimalkan kepuasan oleh seorang konsumen, yang

dikenal dengan analisis kepuasan yang sama. Analisis ini meliputi penggambaran dua macam kurva yaitu kurva kepuasan yang sama dan garis anggaran.

1) Kurva Kepuasan Sama (Indifferen Curva)

Kurva kepuasan sama merupakan kurva yang menggambarkan gabungan barang-barang yang akan memberikan kepuasan yang sama besarnya. Jika digambarkan akan tampak seperti gambar 2.2.

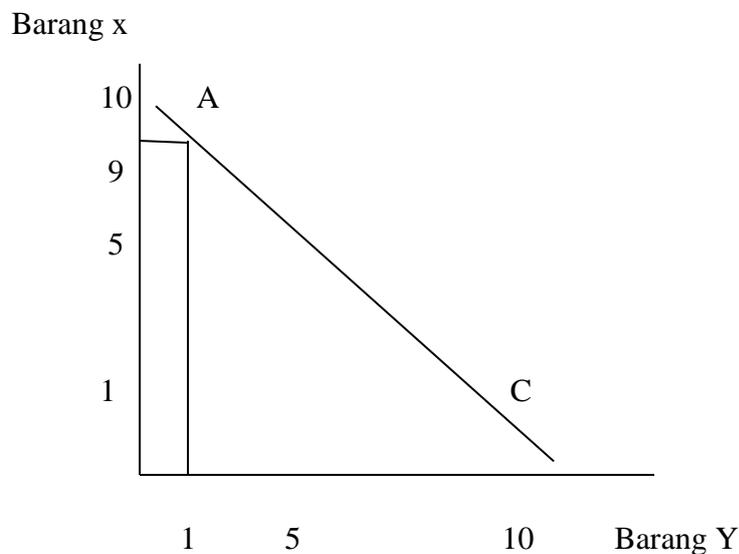
Semua titik-titik pada kurva ABC dihubungkan akan memperoleh kurva kepuasan yang sama. Begitu juga pada titik-titik kurva DEF jika dihubungkan akan memperoleh kurva kurva kepuasan yang sama. Namun tingkat kepuasan pada kurva DEF lebih besar dari pada tingkat kepuasan yang hasilnya kurva ABC. Ini kurva DEF dipotong dari tingkat yang lebih tinggi dari kurva ABC. Hal ini sama yang diungkapkan oleh Billas (2005:18). Kurva yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.



Gambar 2.2. Kurva Indifferen
Sumber: Bilas (2005:38)

2) Garis Anggaran Pengeluaran

Kombinasi dua jenis barang (pada kurva indifference) tidak selamanya bias dilakukan karena dibatasi pendapatan konsumen. Kombinasi yang berlainan dari dua jenis barang dengan batasan pendapatan konsumen inilah yang disebut dengan garis anggaran. Seperti yang dikemukakan oleh Joesron (2008:171) garis anggaran pengeluaran menunjukkan berbagai gabungan barang-barang yang dapat dibeli oleh sejumlah pendapatan tertentu. Garis anggaran dapat dijelaskan pada gambar 2.3 sebagai berikut:



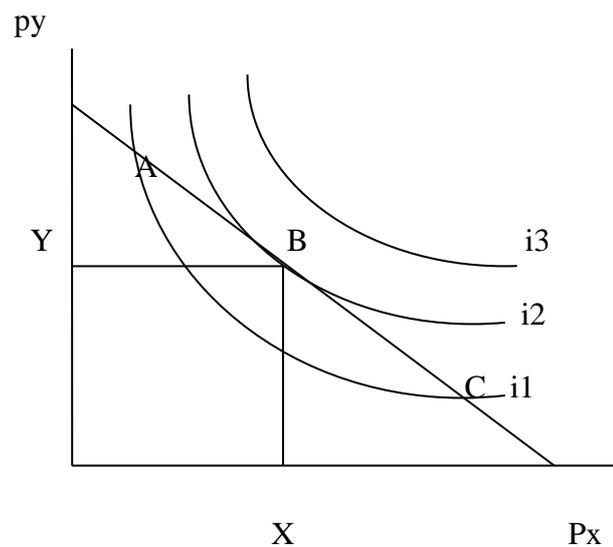
Gambar 2.3. Kurva Garis Anggaran

Sumber: Joesron (2003:175)

Jika konsumen membelanjakan seluruh pendapatannya untuk Y maka ia akan membeli 10 unit (titik C), dan sebaliknya. Jika konsumen membelanjakan seluruh pendapatannya untuk barang X, maka ia dapat membeli 10 unit (titik A), dan jika konsumen membeli 9 unit barang X, dia dapat pula membeli 1 unit barang Y (titik B), dengan menghubungkan titik ABC. Pada pendekatan ordinal ini kepuasan maksimum konsumen diperoleh

ketika kurva indeferen bersinggungan dengan garis anggarannya atau dengan anggaran tertentu konsumen dapat mencapai kurva indefferen tertinggi yang mungkin diraihnya.

Menurut Case & Fair (2007:160-161), batas anggaran menjadi salah satu kendala dalam memenuhi sebuah kebutuhan. Konsumen akan memaksimalkan utilitasnya dalam mendapatkan suatu barang. Seperti kurva berikut:



Gambar 2.4 Kurva Menentukan Jumlah Kepuasan Konsumen

Pada gambar 2.4 terlihat kombinasi yang bias dibeli antara barang Y dan X dengan pendapatan i pada harga P_y dan P_x . Konsumen akan memaksimalkan utilitasnya dengan batas anggaran yang memotong sumbu Y dan P_y dan X pada P_x . Mereka akan berada pada kurva indeferen tertinggi. Utilitas akan bergerak jika ia berada pada A dan C (pada i_1) menuju B (pada i_2) setiap pergerakan pada titik B akan memindahkan konsumen ke kurva indeferen yang lebih rendah dengan tingkat utilitas yang rendah. Untuk memaksimalkan utilitas maka konsumen harus berada pada titik B (pada i_2),

dimana konsumen akan mampu membeli barang X dan Y pada batas anggaran pas menyinggung kurva indeferen i2.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Sukirno (2007:76) dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Berdasarkan faktor-faktor permintaan, maka fungsi permintaan secara matematis dapat ditulis dalam bentuk;

$$Q = f(P,S,PS)$$

Dimana

Q = jumlah barang yang diminta

P = harga barang

S = selera

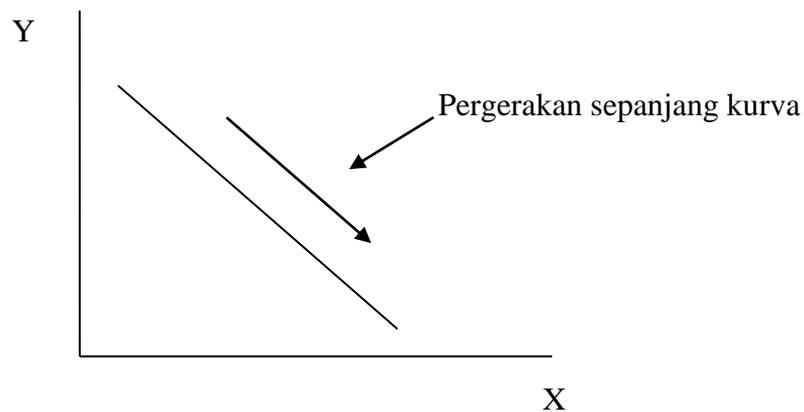
PS = harga barang substitusi

Selain itu, pergeseran pada kurva permintaan juga dapat terjadi yang dapat digambarkan berdasarkan asumsi ceteris paribus. Menurut Raharja dan Manurung (2000:36) pergeseran kurva permintaan disebabkan oleh perubahan faktor-faktor non harga. Faktor-faktor non harga misalnya harga barang substitusi, selera konsumen.

Dalam permintaan pasar, teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang yang berhak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan tingkat harga dalam priode waktu tertentu. Menurut Sukirno (2002:76), permintaan seseorang atau suatu masyarakat atas suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di mana faktor-faktor tersebut adalah;

a. Harga

Menurut Kelena (2006:30) jika terjadi pada harga produk itu sendiri maka akan terjadi perubahan pada jumlah produk yang diminta. Hal ini dapat diperagakan sebagai pergerakan sepanjang kurva permintaan yang tampak pada gambar 2.5



Gambar 2.5 *Pergerakan Sepanjang Kurva Permintaan*
Sumber: *Kelena (2006:30)*

b. Selera Konsumen

Menurut Sukirno (2002:83) cita rasa masyarakat (selera konsumen) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Di mana didesak kebutuhan-kebutuhan atau keinginannya dalam menentukan jenis barang dan jasa yang hendak mereka konsumsi. Karena itulah selera konsumen sangat mempengaruhi jumlah permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Selain itu selera konsumen ini dapat dipengaruhi oleh harga, pendapatan, kualitas barang tersebut dan kepuasan atau manfaat yang diperoleh oleh konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Berdasarkan dari teori selera sangat bergantung seberapa besar perilaku konsumen akan suatu barang, biasanya konsumen cenderung mencari informasi tertentu tentang suatu barang sebelum barang tersebut dibeli, sehingga saat barang tersebut sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan maka konsumen membeli dengan tingkat harga yang wajar.

c. Harga Barang Substitusi

Sukirno (2002:80) menjelaskan hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada tiga golongan yaitu, Pertama, barang lain itu merupakan pengganti, sesuatu barang dinamakan pengganti kepada barang lain apabila dia tidak menggantikan fungsi barang tersebut. Kedua, barang lain itu merupakan pelengkap. Ketiga, barang netral. Maksud barang pengganti adalah jika jadi peningkatan harga suatu barang dan barang yang bias menggantikan fungsi barang tersebut tidak mengalami peningkatan harga, maka besar kemungkinan orang akan meminta barang yang tidak terjadi peningkatan harga tersebut, jika barang itu merupakan barang pelengkap terhadap suatu barang, maka pada barang ini harga akan meningkat seiring dengan peningkatan harga barang pelengkap dan begitu juga sebaliknya akan mengalami penurunan harga jika barang pelengkap harganya turun. Hal ini disebabkan karena barang pelengkap ini akan berpengaruh terhadap permintaan barang itu sendiri.

d. Pendapatan Konsumen

Pendapatan menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu

tahun), pendapatan terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti (sewa, bunga dan saham) serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan social atau asuransi pengangguran Samoelson (2003:82). Berdasarkan barang dapat dibedakan menjadi empat golongan Sukirno (2002:82);

- 1) Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapat rendah. Kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang inferior dan mengantikannya dengan barang yang lebih baik mutunya. Contoh: ubi kayu. Pada pendapatan yang sangat rendah orang-orang mengkonsumsi ubi kayu sebagai pengganti beras atau makanan ringan. Kalau pendapatan meningkat maka konsumsi mempunyai kemampuan untuk membeli makanan lain dan mengurangi konsumsinya terhadap ubi kayu.
- 2) Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupana masyarakat sehari-hari. Contoh: beras, kopi, gula, dan pakaian. Pembelanjaan seperti ini tidak akan berubah walaupun pendapatan meningkat.
- 3) Barang normal adalah suatu barang dinamakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam pemerintah sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Contoh: pakaian seatu, peralatan rumah tangga dan berbagai jenis makanan. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti

itu permintaannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan para pembeli bertambah yaitu: Pertama, penambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang. Kedua, penambahan pendapatan memungkinkan para pembeli menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya kepada barang-barang yang lebih baik.

- 4) Barang mewah adalah jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relative tinggi dalam golongan ini. Contoh: emas, intan, mobil. Biasanya barang tersebut baru dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan yang pokok seperti makanan, pakaian, dan perumahan.

Berdasarkan teori-teori dengan jumlah pendapatan yang diterima masyarakat maka dapat diukur seberapa besar jumlah permintaan masyarakat maka semakin besar pula proporsi pendapatan tersebut yang digunakan untuk konsumsi. Daya beli pendapatan tersebut dapat diukur dengan melihat seberapa banyak jumlah barang yang dapat dibeli.

e. Kualitas

Menurut Samuelson (2003:97) masyarakat memilih barang dan jasa yang mereka anggap paling bernilai. Menurut Kotler dan Keller (2009:14) nilai merupakan kombinasi kualitas, pelayanan dan harga. Dengan kata lain nilai adalah suatu bentuk kepuasan konsumen akan suatu barang dan jasa. Keuasan konsumen akan meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas dan pelayanan. Dalam hal mengonsumsi suatu barang dan jasa, keuasan konsumen pada kualitas barang dan jasa tersebut sangatlah penting.

Menurut Kotler dan Keller (2009:143) kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik barang dan jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Semakin tinggi tingkat kualitas suatu barang dan jasa maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dihasilkan.

Menurut para ahli, kualitas sangatlah penting dalam hal kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan mampu meningkatkan permintaan akan suatu barang dan jasa tersebut, begitu pula sebaliknya apabila kepuasan konsumen akan barang dan jasa rendah apabila kepuasan konsumen akan barang dan jasa rendah otomatis permintaannya akan ikut meningkat.

3. Industri Pariwisata

Secara etomologi “pariwisata” yang berasal dari bahasa sangskerta, yang terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berkeliling dan wisata berarti perjalanan, bepergian. Menurut Bakaruddin (2008:25) istilah pariwisata pada umumnya sering digunakan dengan istilah pengunjung atau visitor. Visitor adalah setiap orang atau kelompok orang datang ke suatu daerah atau negara lain dengan maksud apapun kecuali untuk menerima upah.

Menurut Lundberg dalam Kusmayadi (2000:4), pariwisata adalah konsep umum yang sejarah kembali ke masa lampau. Istilah *tourisme* atau kepariwisataan mencakup orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya, dan perusahaan yang melayani mereka dengan cara memperlancar atau mempermudah

perjalann mereka, atau membuatnya lebih menyenangkan. Seorang wisatawan di definisikan sebagai seseorang yang berada jauh dari tempat tinggalnya.

Menurut Kusmayadi dan Endar Sugiarto (2000:4), pariwisata dapat ditinjau dari berbagai segi yang berbeda. Pariwisata dapat dilihat sebagai suatu kegiatan melakukan perjalanan dari rumah dengan maksud tidak melakukan usaha atau bersantai. Pariwisata dapat juga dilihat sebagai suatu bisnis yang berhubungan dengan penyediaan barang dan jasa bagi wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran oleh atau untuk wisatawan/pengunjung dalam perjalanannya.

Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan, disebutkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan dukungan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Konsep pariwisata, kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Untuk membedakan pengertian antara wisata, pariwisata, kepariwisataan, usaha pariwisata obyek dan daya tarik wisata, serta kawasan wisata, studi ini menggunakan defenisi yang ditetapkan dalam Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan (Pasal 1), yaitu:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi,

pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisilin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.
- e. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Menurut Yoeti (2013:14) wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya. Karena jauh dari tempat tinggalnya, maka ia memerlukan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, yaitu semenjak ia berangkat sampai

di tempat tujuan, hingga ia kembali kerumahnya. Oleh karena itu sebelum seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata, terlebih dahulu ia ingin mengetahui tentang.

- a. Fasilitas transportasi yang akan membawanya dari tempat tinggal ke daerah tujuan wisata yang ingin dikunjunginya.
- b. Fasilitas akomodasi, yang merupakan tempat tinggal sementara di tempat atau di daerah tujuan yang akan dikunjunginya.
- c. Fasilitas catering service, yang dapat member pelayanan mengenai makanan dan minuman sesuai dengan selera masing-masing
- d. Objek dan atraksi wisata yang ada di daerah tujuan yang akan dikunjunginya
- e. Aktivitas rekreasi yang dapat dilakukan di tempat yang akan dikunjungi tersebut.
- f. Fasilitas perbelanjaan, dimana ia dapat membeli barang-barang pada umumnya dan souvenir pada khususnya.
- g. Tempat atau toko, di mana ia dapat membeli atau reparasi kamera dan mencuci serta mencetak film hasil pemotretannya.

Menurut Spillane (1987:25) dalam Kalebos (2016) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olah raga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Selanjutnya menurut Muljadi (2009:8), pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar negara, kota atau wilayah tertentu.

Menurut Wardiyanta (2006:51), pariwisata didefinisikan sebagai organisasi yang memiliki keterkaitan dengan upaya pemenuhan kebutuhan wisata, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Menurut Astawa (2015) pariwisata bukan merupakan aktivitas tunggal, melainkan suatu gabungan dari berbagai macam aktivitas, fasilitas, dan jasa. Semua ini saling terkait antara yang satu dengan yang lainnya yang membangun sistem pariwisata secara utuh. Sedangkan Wahab (1975) dalam Arison (2008:59) mengemukakan, pariwisata sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cindramata, penginapan dan transportasi.

Menurut Subadra (2007) pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya, di daerah tujuan wisata hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti: transportasi, penginapan, restoran, pemandu wisata, dan lain-lain.

Menurut Damanik dan Weber (2006:20-21), industri pariwisata adalah penyedia jasa atau sering disebut industri pariwisata. Dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan utama berikut ini:

- a. Pelaku langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dll.

- b. Pelaku tidak langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku, atau lembar panduan wisata, penjual roti dan lain-lain.

Industri pariwisata adalah salah satu strategi yang dipakai oleh organisasi non pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non lokal, (Syahrul 2014). Industri pariwisata merupakan industri jasa yang memiliki sifat padat karya (*labour intensive*) padat modal (*capital intensive*) serta berbasis teknologi (*technology base*). Seiring kemajuan teknologi industri pariwisata terus berkembang dengan melibatkan sektor pendukung pariwisata lainnya seperti penginapan, transportasi, biro pelayanan perjalanan, restoran dan lainnya, (Tricahyadinata 2016).

Menurut Rachman et al (2013; hal 29) perjalanan atau tour bisa dilakukan sendiri atau sekelompok wisatawan tanpa ada mengatur jam keberangkatan berwisata, bebas memilih kendaraan wisata maupun hotel, dan ada juga sekelompok wisatawan yang mengikuti kegiatan perjalanan wisata yang sudah diatur seluruh komponen transportasi, akomodasi, restoran, daya tarik atau objek wisata, kegiatan pemandu wisata dan souvenir.

Menurut Vanhove (2005) dalam Ansofino (2012) terdapat 5 sektor utama yang membentuk industri pariwisata di sebuah negara yakni:

- a. Sektor daya tarik wisata (*attraction sector*) yang terdiri dari alamiah, daya tarik budaya, taman nasional, museum, taman buru dan satwa liar, situs sejarah, perlombaan dan pertunjukkan.
- b. Sektor akomodasi (*accommodation sector*) yang terdiri dari hotel, motel, tempat tidur dan sarapan pagi, guest house, apartemen, villa, condominim, lokasi perkemahan, pelabuhan, perkampungan wisata (*holidays village*), dan lain-lain.
- c. Sektor transportasi (*transportation sector*) yang terdiri dari pesawat udara, kereta api, rute kapal laut, bus wisata, mobil rental, taxi, dan lain-lain
- d. Sektor usaha perjalanan wisata (*travel organizer sector*) yang terdiri dari operator tour, agen perjalanan, insentif biro perjalanan, dan lain-lain
- e. Sektor organisasi tujuan wisata (*the destination organization sektor*) seperti kantor dinas pariwisata provinsi dan kantor Dinas Pariwisata Kabupaten/Kota, dan asosiasi turisme.

4. Permintaan Industri Pariwisata

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kepuasannya bagi wisatawan. Satu hal yang perlu diketahui ialah, fasilitas atau produk itu dihasilkan atau disediakan perusahaan yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda pula. Fasilitas atau produk itu sifatnya sangat berbeda satu dengan yang lain (*heterogeneity*), akan tetapi permintaan terhadap produk produkatau fasilitas erat kaitanya dengan kebutuhan

wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya (*composite demand*).

Dengan perkataan lain. Permintaan dalam industri pariwisata itu tidaknya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata dilakukan. Akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan permintaan itu sudah mengemukan seperti informasi tentang: DTW yang akan dikunjungi, hotel dimana akan menginap, pesawat yang digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa. Hal ini pun harus dapat memuaskan calon wisatawan sebelum ia melakukan perjalanan wisata, karena atas kelengkapan informasi inilah calon wisatawan memutuskan akan membeli paket wisata atau tidak.

Permintaan dalam industri pariwisata seperti yang dikemukakan di atas, beberapa dengan permintaan dalam ilmu ekonomi pada umumnya. Dalam ilmu ekonomi kebutuhan-kebutuhan dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh dengan bebas seperti: udara yang segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal ini tidak berlaku dalam industri pariwisata, dan bahkan justru barang-barang yang termasuk "*freegoods*" ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan.

Bagi wisatawan, semua unsur, produk, fasilitas yang tersedia, dan barang-barang tergolong *free goods* itu berkaitan dengan yang lain untuk mencapai kepuasannya dalam perjalanan wisata yang dilakukannya. Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya membutuhkan *single service* tapi juga membutuhkan suatu kombinasi dari bermacam-macam pelayanan yang

ditawarkan dalam suatu pakar wisata yang ada dalam ilmu ekonomi pariwisata sebagaimana *assortment of service*. Karena itu menurut Yoeti (2008:120) permintaan dalam industri pariwisata dapat kita bagi enam kelompok yang saling melengkapi, yaitu:

a. *Travel preparation*

Sebelum seseorang membeli paket wisata, ia terlebih dahulu memerlukan: *information, advice, reservation, tickets, and vouchers, money exchange, travel clothing, and aquipment*.

b. *Movement*

Dalam perjalanan wisata memerlukan: *transportation to and from destination, singhtseeing and tours, safaris, act at the destination*.

c. *Accommodation and catering*

Setibanya pada suatu DTW wisatawan memerlukan: *hotel, and motel rooms, camping sites and restaurant, bar and cafe*.

d. *Activities at the destination*

Di DTW wisatawan membutuhkan: *entertainment, sport sinhgseaing, shopping, visit to museums*.

e. *Purchauses and personal needs*

Sebagai kenang-kenangan pada suatu DTW, wisata akan membeli bermacam-macam oleh-oleh dalam bentuk: *purchass of personel items, clothing, medical care, souvenirs*, dan lain-lain.

f. *Recording and preserving impressions*

Untuk keperluan dokumen perjalanannya wisatawan memerlukan: *purchases of film, camera, photos or video shooting*, dan lain-lain.

Dari sudut pandang wisatawan semua unsur permintaan mulai dari *freegoods* sampai dengan *tourist service* diperoleh dengan pengorbanan. Artinya, untuk mendapatkan semua itu wisatawan harus membayar dengan sejumlah uang. Semua unsur permintaan itu saling melengkapi dan mempunyai kaitan yang erat sekali satu dengan yang lain (*complementary and interrelated*).

Menurut Yoeti (2008:121) karakter permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya dalam satu macam pelayanan saja, akan tetapi merupakan suatu kombinasi bermacam-macam pelayanan yang satu dengan yang lainnya berbeda dan di tawarkan secara terpisah. Dengan kata lain, permintaan terhadap produk industri pariwisata itu tercermin dalam suatu paket wisata yang disusun atas bermacam-macam produk yang berbeda bentuk, fungsi dan manfaatnya.

Permintaan dalam kepariwisataan (*tourism demand*) dapat dibagi atas dua, yaitu *potential* dan *actual demand*. Potensial demand adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata (karena memiliki waktu luang dan punya tabungan relatif cukup). Sedangkan yang dimaksudkan dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan wisata pada DTW tertentu (Sihite, 2000:56)

Menurut Yoeti (2008:123) terdapat dua faktor penentu permintaan pariwisata diantaranya sebagai berikut:

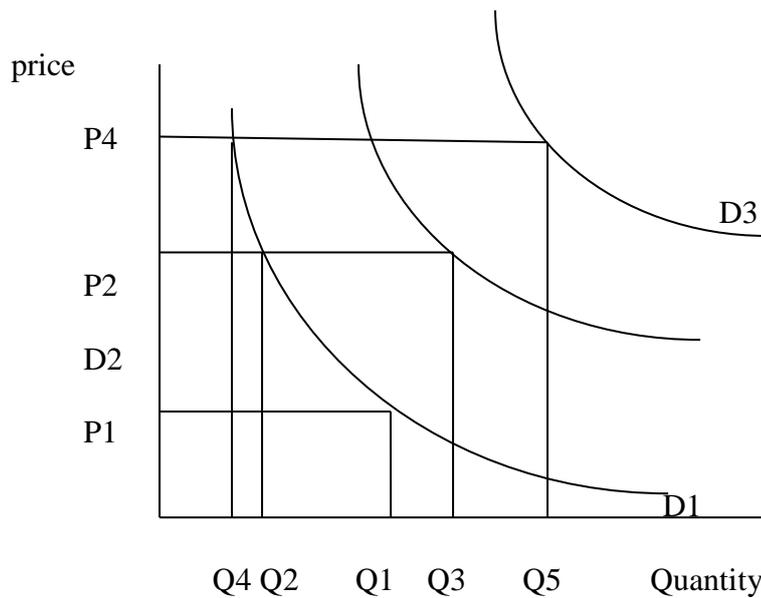
- a. *General demand factors*, yang tergantung pada hal-hal sebagai berikut:
 - 1) *Purchasing power*, kekuatan untuk membeli erat kaitanya dengan hidup dan intensitas perjalanan yang dilakukan. Semakin besar pendapatan yang bebas digunakan, akan semakin besar kemungkinan orang itu melakukan perjalanan wisata.
 - 2) *Demographic structure and trends*, besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata.
 - 3) *Sosial and cultural faktor*
 - 4) *Travel motivation and attitudes*, motivasi dalam melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungannya dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat. Masih erat hubungan kekeluargaan masyarakat dan sering melakukan saling berkunjung satu dengan yang lain, membuat perjalanan akan sering dilakukan dan tentunya akan meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.
 - 5) *Opportunities to travel and tourism marketing intensity*, adanya intensif untuk melakukan perjalanan wisata sekarang ini akan meningkatkan perjalanan wisatawan ke seluruh dunia.
- b. Factor determining spesifik demand

Faktor-faktor yang akan menentukan permintaan khusus terhadap DTW tertentu yang akan dikunjungi biasanya ditentukan beberapa faktor sebagai berikut:

- 1) Harga (*price*)
- 2) Daya tarik wisata (*tourism attraction*), fasilitas tersedia (*tourism facilities*), bentuk-bentuk pelayanan lainnya (*service*) seperti transportasi lokal, telekomunikasi, BPW lokal, atau hiburan.
- 3) Kemudahan-kemudahan untuk berkunjung (*accessibilities*) seperti sarana jalan, jembatan, tenaga listrik, atau persediaan air bersih.
- 4) *Pre-travel service and information*, seperti jadwal kunjungan atau jadwal menyewa tempat untuk berbagai kegiatan.
- 5) *Images of the tourist destination*, seperti keunikan dari objek wisata lain atau nama baik yang melekat pada objek wisata.

Pariwisata dipandang sebagai suatu jasa yang sangat disukai (*preferred superior service*) karena lebih banyak dilakukan (dikonsumsi) manakala pendapatan meningkat, oleh karena itu sering terjadi perilaku aneh dalam ekonomi pariwisata, berkaitan dengan konsumsi yang berlebihan. Perilaku ini menunjukkan hubungan yang berkorelasi positif antara harga dan permintaan seperti gambar 2.6.

Dari gambar tersebut dapat dilihat pada gambar P1 permintaan sebesar Q1. Pada saat harga naik menjadi P2 seharusnya permintaan turun menjadi Q2, tetapi malah meningkat menjadi Q3. Begitu juga pada saat harga meningkat P2 ke P3 seharusnya permintaan turun ke Q4 ternyata meningkat menjadi Q5.



Gambar 2.6 Kurva Permintaan Hubungan Antara Harga Dan Kuantitas Dalam Permintaan Industri Pariwisata

Sumber: Yoeti (2008:123)

5. Sektor Akomodasi Dan Industri Pariwisata

Sektor akomodasi adalah salah satu prasarana perlengkapan dari pariwisata tanpa akomodasi pariwisata tidak berjalan maksimal dalam melakukan perjalanan terutama perjalanan wisata melebihi 24 jam. Akomodasi mutlak digunakan agar wisatawan itu dapat beristirahat, mandi dan melakukan berbagai aktivitas lainnya.

Menurut Utama (2016:39,42) usaha penyediaan akomodasi adalah usaha yang menyediakan pelayanan penting dapat berupa hotel, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan karapan, dan akomodasi lainnya yang digunakan untuk tujuan pariwisata. Kebutuhan akan sarana akomodasi bagi para wisatawan sangat di rasakan manfaatnya dan pentingnya suatu hotel. Selanjutnya menurut Ismayanti (2010:135), sarana akomodasi dibutuhkan apabila wisata diselenggarakan dalam waktu lebih dari 24 jam. Selain itu, direncanakan untuk

menggunakan sarana akomodasi tertentu sebagai tempat menginap. Adakalanya sarana akomodasi hanya sebagai tempat istirahat, tetapi ada juga wisatawan menghabiskan waktu wisata hanya dengan berdiam diri di hotel untuk sekedar bersantai, membaca dan berenang.

Laju produksi barang dan jasa dipengaruhi oleh faktor utama yaitu tingkat pembelanjaan (konsumsi) masyarakat maupun pemerintah. Dalam persoalan jasa akomodasi masyarakat konsumsi barang dan jasa terdiri dari masyarakat dalam negeri (winus) maupun masyarakat asing (wisman), (Santoso 2014). Sedangkan menurut Ansofino (2012), komponen utama dari pelayanan atau fasilitas pariwisata adalah sektor akomodasi atau penginapan. Untuk berhasilnya kegiatan pariwisata di daerah tujuan yang memiliki daya tarik alamiah sebelumnya, maka akomodasi harus menyediakan kualitas yang sesuai dengan permintaan turis yang melakukan perjalanan wisatanya ke tempat tujuan wisata. Akomodasi dapat dibagi kedalam akomodasi komersial yang meliputi: hotel, motel, boarding house, tempat tidur dan sarapan pagi, kapal penyelahan, penginapan (*shelters*), pemandokan (*lodges*), fasilitas catering, dan bahkan fasilitas yang berbasis pertanian (*farm based facilities*). Sedangkan pelayanan yang bukan komersial (*non-commercial service*) terdiri dari tempat kediaman, rumah mobil, rumah teman dan lain-lain.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan harus diimbangi dengan fasilitas pendukungnya terutama disektor perhotelan. Hotel merupakan salah satu industri jasa dibidang pariwisata, keberadaan hotel semakin penting untuk masyarakat. Perhotelan merupakan salah satu akomodasi perhotelan komersial

yang menyediakan berbagai layanan (*service*) seperti, pelayanan, penginapan, penyiapan makanan dan minuman bagi siala saja yang memerlukan (Suryadharma: 2015).

Faktor yang mempengaruhi sektor pariwisata, salah satu yang sangat berpengaruh adalah akomodasi, dimana faktor akomodasi adalah faktor yang tidak pernah lepas dari pariwisata, sebagai contohnya adalah hotel, (Lestari 2015).

Menurut Novitri *et al* (2014), salah satu sarana yang menunjang pariwisata di Jambi adalah usaha akomodasi hotel, yaitu hotel berbintang dan hotel non berbintang yang menjadi motel, penginapan, losmen atau produk wisata.

Tujuan utama hotel dan akomodasi yaitu memberikan jasa pelayanan kepada mereka yang sedang bepergian atau yang sedang berkunjung ke suatu tujuan daerah wisata. Jarang sekali kesempatan untuk tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Hotel yang terletak disekitar suatu daerah wisata yang sudah berkembang biasanya menyediakan bermacam-macam fasilitas dan kemungkinan berkreasi yang diminta pengujung.

6. Sektor Usaha Perjalanan Dan Industri Pariwisata

Menurut Utama (2016:25) usaha jasa pariwisata timbul karena adanya berbagai macam keperluan dan permintaan bagi wisatawan akan mendorong timbulnya berbagai jenis usaha jasa pariwisata yang menyediakan keperluan bagi wisatawan serta bertujuan untuk membantu kelancaran perjalanann calon wisatawan. Usaha jasa terdiri dari: jasa biro perjalanan, usaha jasa pramuwisata, usaha konvensi, jasa impresariat, jasa konsultasi pariwisata, dan jasa informasi pariwisata.

Biro perjalanan adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata. Biro perjalanan wisata sebagai mediator dan pengolahan dari keseluruhan komponen pariwisata yang dibutuhkan oleh wisatawan selama melakukan kegiatan perjalanan wisatanya, haruslah memperlihatkan bahwa produk yang disusunnya dapat memenuhi fungsinya sebagai alat bantu wisatawan (Brahmanto, 2015).

7. Toko Souvenir Dan Industri Pariwisata

Toko souvenir merupakan industri yang mempunyai peranan yang cukup besar dalam menunjang kepariwisataan. Umumnya setiap wisatawan yang berkunjung kesuatu daerah menginginkan dan membeli barang hasil kerajinan tangan sebagai cinderamta untuk dibawa kedaerah asalnya.

Objek wisata juga harus menyediakan seni hasil kerajinan-kerajinan tangan masyarakat sekitar wisata dengan tujuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan terhadap para wisatawan yang ingin membeli kerajinan-kerajinan tangan masyarakat sekitar sebagai kenang-kenangan (Hudiono, 2002)

Menurut Anderson & littrell (1995) dalam Shen (2011), orang asing pergi berwisata ke tempat yang mereka bisa mendapatkan sesuatu untuk di bawa pulang ketempat asal mereka. Souvenir adalah bukti bahwa mereka telah mengunjungi tempat tersebut, yang secara psikologis penting bagi wisatawan untuk di bawa pulang.

Jumlah wisatawan berkunjung ke kota bandung mengalami kenaikan seiring dengan kenaikan jumlah industri kreatif, khususnya *distro* dan *clothing*.

Secara teoritis, perkembangan *clothing* atau *distro* dipengaruhi dan atau mempengaruhi aktivitas pariwisata (Rahayu 2010).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian yang menguraikan beberapa hasil penelitian yang telah lebih dahulu dilakukan dan berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

Andriansyah (2008), melakukan penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan yang nyata dan berhubungan positif dengan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara adalah jumlah akomodasi dan jumlah biro perjalanan wisata dengan koefisien masing-masing sebesar 3,402362 dan 0,423674. Sementara itu, kondisi keamanan berpengaruh nyata namun berhubungan negatif dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dengan koefisien sebesar -0,113980, sedangkan nilai tukar riil rupiah terhadap dolar US tidak berpengaruh nyata dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

Antonius *et al*(2015), melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur. Berdasarkan hasil dan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo adalah faktor alam dan harga paket (34,939 %), faktor transportasi dan hotel (17,883 %), faktor restoran dan paket wisata (11,302 %), faktor kamar kecil/toilet dan keamanan (8,110 %). Faktor yang dominan

menentukan wisatawan berkunjung ke taman nasional komodo adalah faktor alam dan harga paket wisata dengan % *of variance* 34.939.

Khasani (2014), melakukan penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan pantai cahaya, sedangkan biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan pantai cahaya.

Putra (2012), analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi industri pariwisata Kabupaten Cianjur. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah restoran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pariwisata cianjur, sedangkan jumlah hotel, jalan berkualitas baik, presentase tingkat hunian kamar hotel, dan persentase tingkat pendidikan tenaga kerja pariwisata menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien masing-masing variabel; 3.0994, 0.5584, 0.05470, dan 0,04364.

Supriono (2017) melakukan penelitian tentang Analisis Deskripsi Potensi Pariwisata Kota Batam Dalam Rangka Menjaring Wisatawan Mancanegara. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa: Pertama, atraksi destinasi kurang diminati oleh wisatawan mancanegara karena mayoritas berkunjung ke Batam karena lebih tertarik pada fasilitas destinasi yang sangat lengkap, aksesibilitas yang mudah, banyak dan setiap saat. Kedua, Kota Batam merupakan tempat yang memiliki imeg aman,

nyaman bagi wisatawan mancanegara. Selain itu harga-harga yang relative lebih murah di Kota Batam karena Kurs Rupiah yang lebih rendah adalah penyebab lain wisatawan berkunjung ke tempat tersebut.

Jenny (2012) melakukan penelitian tentang strategi pemasaran wisata alam untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di kawasan wisata Kabupaten Kediri. Berdasarkan analisis SWOT pilihan strategi yang paling dominan, adalah strategi SO (Strength Opportunites): strategi memanfaatkan seluruh kekuatan untuk membuat dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya yaitu: (1) pemeliharaan dan pengembangan akses jalan dari kawasan wisata satu ke kawasan wisata yang lain, (2) ditingkatannya promosi paket wisata yang ada di Kabupaten Kediri melalui media yang lebih luas, (3) lebih sering digelar event-event di lokasi wisata untuk menarik pengunjung, dan (4) peningkatan sarana pendukung wisata, seperti sarana akomodasi, rumah makan, dan kedai-kedai souvenir untuk wisatawan.

Hudiono (2002) melakukan penelitian tentang pengaruh objek wisata gua gong terhadap pendapatan para pedagang souvenir di Kec. Donorojo, Kab. Pacitan 2001. Dari hasil analisis regresi sederhana ternyata roporsi sumbangan variabel X terhadap Y sebesar 51,2 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 48,2 persen, dengan demikian penelitian ini membuktikan bahwa secara umum objek telah memberikan pengaruh yang positif terhadap pendapatan para pedagang souvenir. Dan hasil perhitungan diketahui koefisien determinan (r^2) sebesar 0,518. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Gua Gong

memunyai pengaruh positif terhadap pendapatan para pedagang souvenir di Kecamatan Donorojo Kabupaten Pacitan tahun 2001 sebesar 51,8 persen.

C. Kerangka Konseptual

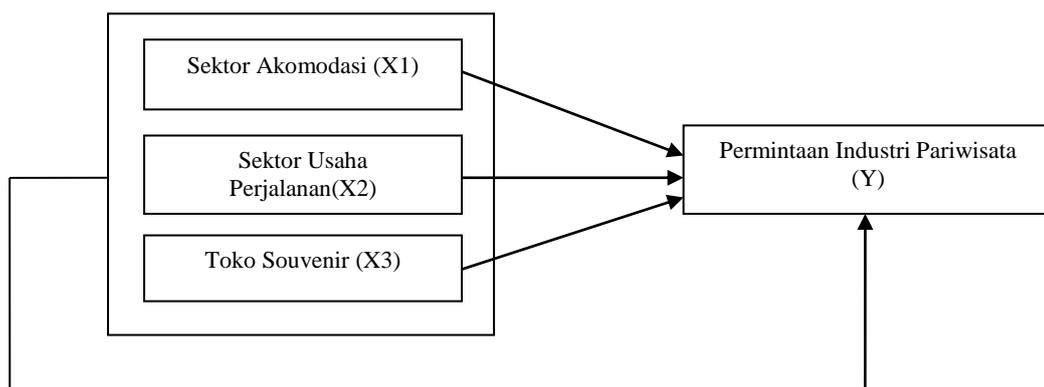
Kerangka konseptual ini dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menetapkan atau menentukan persepsi-persepsi antara variabel-variabel yang akan diteliti berdasarkan batasan dan rumusan masalah dengan berpijak pada teori di atas. Keterkaitan variabel yang diteliti adanya hubungan antara sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan dan toko souvenir sebagai variabel bebas dan permintaan industri pariwisata sebagai variabel terikat.

Sektor akomodasi diukur dengan jumlah hotel berbintang dan penginapan terhadap permintaan industri pariwisata yang diukur dengan jumlah wisatawan mancanegara, berpengaruh positif terhadap permintaan industri pariwisata. Artinya semakin banyak jumlah hotel berbintang dan penginapan maka akan meningkatkan permintaan industri pariwisata. Jika jumlah hotel berbintang dan penginapan sedikit maka permintaan industri pariwisata akan menurun.

Sektor usaha perjalanan diukur dengan jumlah total biro perjalanan terhadap permintaan industri pariwisata yang diukur dengan jumlah wisatawan mancanegara, berpengaruh positif terhadap permintaan industri pariwisata, artinya semakin banyak biro perjalanan maka akan meningkatkan permintaan industri pariwisata. Jika jumlah biro perjalanan sedikit maka permintaan industri pariwisata akan menurun.

Toko souvenir diukur dengan jumlah total toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata yang diukur dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, berpengaruh positif untuk keperluan berbelanja hasil dari kunjungan suatu daerah, artinya semakin banyak toko souvenir dan semakin banyak juga permintaan industri pariwisata ke suatu daerah untuk membeli ikon dari daerah tersebut untuk hasil dari buah tangan dalam perjalanan suatu daerah. Jika jumlah toko souvenir sedikit maka permintaan industri pariwisata akan menurun.

Untuk lebih jelasnya dapat diketahui bahwa pengaruh variabel bebas, sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, dan toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata tersebut dapat digambarkan pada kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.7 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka dapat diajukan hiotesis sebagai berikut.

1. Sektor akomodasi berpengaruh terhadap permintaan industri pariwisata diProvinsi Sumatera Barat

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Sektor usaha perjalanan berpengaruh terhadap permintaan industri pariwisata keProvinsi Sumatera Barat.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

3. Toko souvenir berpengaruh terhadap permintaan industri pariwisata diProvinsi Sumatera Barat.

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 \neq 0$$

4. Sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan dan toko souvenirberpengaruh terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.

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

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

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, dan toko souvenir terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. selama periode 1985-2015. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Variabel sektor akomodasi memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. artinya setiap penurunan sektor akomodasi akan menyebabkan penurunan permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat begitu juga sebaliknya jika sektor akomodasi meningkat maka permintaan industri pariwisata juga akan meningkat. Nilai probabilitas dari hasil estimasi menunjukkan bahwa sektor akomodasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan industri pariwisata, yang artinya ketika terjadi penurunan sektor akomodasi maka tidak memberikan dampak yang begitu nyata bagi penurunan permintaan industri pariwisata.

Variabel sektor usaha perjalanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. Artinya kenaikan sektor usaha perjalanan akan memicu kenaikan permintaan industri pariwisata. Semakin rendah sektor usaha perjalanan maka permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat akan semakin rendah pula di Provinsi Sumatera Barat.

Variabel toko souvenir memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. artinya setiap peningkatan yang terjadi pada toko souvenir akan menyebabkan penurunan pada permintaan industri pariwisata begitu juga sebaliknya. Pengaruh yang diberikan oleh toko souvenir.

Secara bersama-sama sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, dan toko souvenir berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. Artinya sektor akomodasi, sektor usaha perjalanan, dan toko souvenir secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap permintaan industri pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil dan pembahasan, penulis dapat memberikan saran bagi pengembangan industri pariwisata, khususnya dalam rangka menarik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, antara lain:

1. Pemerintah hendaknya meningkatkan promosi objek-objek wisata Provinsi Sumatera Barat. Saat ini Provinsi Sumatera Barat sudah dalam pengembangan destinasi wisata, namun melihat masih redahnya keterbukaan pariwisata provinsi sumatera barat maka perlu adanya promosi untuk memperkenalkan program ini kepada wisatawan. Promosi-promosi yang ada saat ini kurang efektif. Selain itu, dalam promosinya Provinsi Sumatera Barat juga harus menonjolkan keunggulan kondisi alam yang dimiliki untuk menarik wisatawan.

2. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat lebih mengefektifkan kembali organisasi yang bergerak dalam bidang pengembangan sektor akomodasi, biro perjalanan, toko souvenir, baik organisasi yang berkaitan dengan promosi produk wisata itu sendiri dalam memadukan promosi pemerintah dengan dunia usaha.
3. Menjaga kenyamanan dan keamanan dalam bentuk harga Provinsi Sumatera Barat harus lebih memperhatikan para pedagang cindramata (toko souvenir) dalam melayani pembeli dari luar daerah.
4. Bagi teman-teman yang akan mengadakan penelitian sejenis agar dapat lebih menyempurnakan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Atahena, Antonius dan Utami, I Gusti Bagus Rai. 2015. *Faktor-Faktor Yang Menentukan Wisatawan Berkunjung Ke Taman Nasional Komodo Di Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur*; (Vol.10,No.1.28 Februari 2015). ISSN: 1978-6069
- Ansofino. 2012. *Potensi Daya Tarik Obyek Pariwisata Dalam Pembangunan Ekonomi Sumatera Barat*; *Economica*, Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. Vol. 1 No. , Oktober 2012
- Astawa, I Nyoman Widhi, 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Provinsi Bali Periode Tahun 2010-2014*; *Jurnal* Vol. 5 No. 2, September 2015
- Andriansyah, Deni. (2008). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Indonesia*; Institut Pertanian Bogor (IPB). Skripsi
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. 1984-2016. *Sumbar dalam angka 1984-2016*; Padang
-
- _____Laporan Bulanan 2015. *Data Sosial Ekonomi Edisi 07 Desember 2015*; Padang
- Bilas, Richard A. (2005). *Teori Mikroekonomi*. Erlangga: Jakarta
- Brahmanto, Erlangga. 2015. *Magnet Paket Wisata Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Asing Berkunjung Ke Yogyakarta*; *Jurnal Media Wisata*, (Volume 13, No 2, November 2015)
- Case & Fair (2007) *Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro* (Y. Andri Zaimur. Terjemahan). Jakarta: Erlangga. Buku Asli Diterbitkan Tahun 2006.
- Damanik, Janianton; Weber, Helmut F. 2006. *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori Ke Aplikasi*. –Ed.I-. Yogyakarta: Andi
- Gujarati: Damodar N. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Erlangga: Jakarta
- Hudiono. 2002. *Pengaruh Objek Wisata Gua Gong Terhadap Pendapatan Para Pedagang Souvenir Di Kec. Donorojo, Kab. Pacitan 2001*: Skripsi
- Ismayanti.2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana
- Joesron, Taty Suhartaty dan M Fathorozi. (2003). *Teori Ekonomi Mikro* (Edisi Pertama). Jakarta : Salemba Empat