

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
PARIWISATA INDONESIA OLEH WISATAWAN MANCANEgara**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



RATIH PUSPITA SARI
NIM/BP : 13585/2009

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
PARIWISATA INDONESIA OLEH WISATAWAN MANCANEGARA**

Nama : Ratih Puspita Sari
TM/NIM : 2009/13585
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, September 2014

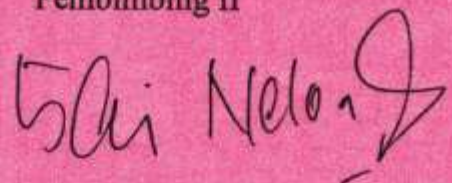
Disetujui Oleh,

Pembimbing I



Dr. Sri Ulfa Sentosa, MS
NIP. 19610502 198601 2 001

Pembimbing II



Selli Nelonda, SE, M.Sc
NIP. 19830506 200604 2 001

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan



Drs. H. Ali Anis, MS
NIP. 19591129 198602 1 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

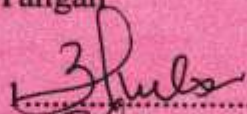
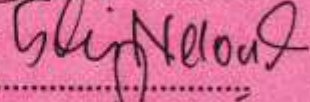
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Negeri Padang*

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PARIWISATA INDONESIA OLEH WISATAWAN MANCANEGARA

NAMA : RATIH PUSPITA SARI
BP/NIM : 2009/ 13585
KEAHLIAN : PERENCANAAN PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS : EKONOMI

Padang, September 2014

Tim Penguji

No. Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dr. Sri Ulfa Sentosa, MS	
2. Sekretaris	: Selli Nelonda, SE, M.Sc	
3. Anggota	: M. Irfan, SE, M.Si	
4. Anggota	: Drs. H. Ali Anis, MS	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ratih Puspita Sari
NIM/Thn. Masuk : 13585 / 2009
Tempat/Tgl Lahir : Ma. Bungo/ 6 Januari 1992
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Bali H.14 Ulak Karang Padang
No. HP/telp : 085269604849
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Indonesia Oleh Wisatawan Mancanegara

Dengan ini 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 Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni 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 kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah, dengan cara 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 karena karya tulis/ skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2014

Yang menyatakan



Ratih Puspita Sari

13585/2009

ABSTRAK

Ratih Puspita Sari (13585/2009): Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Indonesia oleh Wisatawan Mancanegara. Skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Di bawah Bimbingan Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa. MS dan Ibu Selli Nelonda, SE, MSc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh rata-rata pengeluaran wisatawan terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia; (2) Pengaruh pendapatan perkapita terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia; (3) Pengaruh rata-rata pengeluaran wisatawan, dan pendapatan perkapita, terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan asosiatif. Jenis data adalah data sekunder dan poling yaitu gabungan data *time series* dan *cross section* dengan periode waktu 2008-2012. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan studi pustaka. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Induktif yang terdiri atas: Analisis data panel, Uji Asumsi Klasik, Koefisien Determinasi (R^2), Uji t dan Uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Rata-rata Pengeluaran Wisatawan berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia; (2) Pendapatan Perkapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia; (3) Rata-rata Pengeluaran Wisatawan, dan Pendapatan Perkapita secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan Bagi pemerintah, yaitu Departemen Pariwisata untuk memberikan masukan dan bahan pertimbangan dalam peningkatan perkembangan pariwisata di Indonesia dan hendaknya mempunyai perhatian yang khusus untuk tempat objek pariwisata di Indonesia, pentingnya tercipta suasana yang kondusif agar wisatawan merasa puas dan nyaman.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Indonesia Oleh Wisatawan Mancanegara”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program S1 pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa. MS selaku pembimbing I dan Ibu Selli Nelonda, SE, M.Sc selaku pembimbing II yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, waktu dan masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak M. Irfan, SE, M.Si dan Bapak Drs. Ali Anis M.S selaku Penguji Skripsi yang akan memberikan saran-saran beserta masukan untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Drs. H. Ali Anis, M.S selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan, dan Ibu Novya Zulfa Riani, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis.

5. Staf administrasi program studi Ekonomi Pembangunan, Staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan pegawai pustaka yang telah membantu penulis dalam pengurusan penulisan skripsi.
6. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat beserta Staf yang telah membantu kelancaran bagi penulis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
7. Teristimewa penulis persembahkan buat Papa dan Mama yang penulis cintai serta Abang dan Adik penulis yang telah memberikan kesungguhan doa, bantuan moril dan materil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan Ekonomi Pembangunan angkatan 2009 yang telah memberikan dorongan moral kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta semua pihak yang tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu.

Semoga semua yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat ridho dari Allah SWT. Penulis menyadari, walaupun sudah berusaha semaksimal mungkin masih ada kekurangan dalam penulisan skripsi. Untuk itu, penulis mohon maaf dan selalu mengharapkan informasi baik saran maupun kritik dari pembaca demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhir kata dengan kerendahan hati dan kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini mempunyai arti dan memberikan manfaat bagi pembaca.

Padang, September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN	
HIPOTESIS	16
A. Kajian Teori.....	16
1. Teori Permintaan.....	16
2. Pariwisata.....	28
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Kerangka Konseptual	44
D. Hipotesis	45
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian	47
C. Jenis dan Sumber Data.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Defenisi Operasional	49

F. Teknik Analisis Data	50
1. Analisis Deskriptif	50
2. Analisis Induktif	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	61
1. Gambaran Umum Wilayah Penelitian	61
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
3. Analisis Induktif	71
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	79
5. Pengujian Hipotesis	79
B. Pembahasan.....	81
1. Pengaruh Rata-rata Pengeluaran Wisatawan Terhadap Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia	81
2. Pengaruh Pendapatan Perkapita Terhadap jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia	84
3. Pengaruh Rata-rata Pengeluaran Wisatawan, dan Pendapatan Perkapita, terhadap Jumlah Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Indonesia Menurut Tempat Tinggal Tahun 2008-2012	4
2. Rata-rata Pengeluaran Wisatawan per Kunjungan Menurut Tempat Tinggal Tahun 2008-2012	8
3. Pendapatan Perkapita Wisatawan Mancanegara Menurut Tempat Tinggal Tahun 2008-2012	10
4. Klasifikasi Nilai d (D-W)	57
5. Perkembangan Wisatawan Mancanegara Wisatawan di Indonesia Tahun 2008-2012	64
6. Perkembangan Rata-rata Pengeluaran Wisatawan di Indonesia Tahun 2008-2012	67
7. Perkembangan Pendapatan Perkapita Wisatawan di Indonesia Tahun 2009-2012	69
8. Hasil Uji Chow Test	71
9. Hasil Uji Hausman	72
10. Hasil Estimasi Regresi Panel	73
11. Hasil Uji Multikolinearitas	74
12. Hasil Uji Heterokedastisitas	75
13. Uji Autokorelasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva Ekuilibrium yang Memaksimalkan Utilitas	17
2. Kurva Engel.....	23
3. Kurva Permintaan Belerang Menurun.....	27
4. Kerangka Konseptual.....	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik	Halaman
1. Total Devisa (Penerimaan), (Juta US\$) 2007-2011	12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Penelitian 2008-2012	92
2. Hasil Pengolahan Data Panel.....	103
3. Tabel t	106
4. Tabel F.....	106
5. Table DW.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak Indonesia melaksanakan pembangunan nasional yang memberikan prioritas utama pada pembangunan ekonomi, maka sejak itu wajah pariwisata Indonesia berubah secara mendasar. Pariwisata diangkat menjadi suatu industri jasa yang diharapkan mampu memberikan devisa bagi perekonomian Indonesia. Dengan modal kekayaan potensi wisata yang ada diseluruh pelosok Indonesia, tentu bukanlah hal yang sulit untuk mengembangkan sektor pariwisata.

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis 17.508 pulau yang 6.000 diantaranya tidak dihuni, serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa. Indonesia juga merupakan Negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia. Pantai-pantai di Bali, tempat menyelam di Bunaken, Gunung Rinjani di Lombok, dan berbagai Taman Nasional di Sumatera merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia. Tempat-tempat wisata itu didukung dengan warisan budaya yang kaya yang mencerminkan sejarah dan keberagaman etnis Indonesia yang dinamis dengan 719 bahasa daerah yang dituturkan di seluruh kepulauan.

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara selain dari sektor migas yang sangat potensial dan mempunyai andil besar dalam membangun perekonomian. Pemerintah sangat berharap bahwa sektor pariwisata akan mampu menjadi pengganti pemasok devisa utama setelah peran migas

yang mengalami degradasi. Sebagai sektor strategis nasional, pariwisata juga mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktivitas pariwisata baik bersifat langsung berupa penyerapan tenaga kerja disektor pariwisata maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti penginapan, rumah makan, jasa transportasi dan lain-lain.

Berdasarkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia, ternyata Singapura menduduki peringkat pertama yang warganya sering masuk ke Indonesia. Setelah Singapura, Malaysia dan Australia berurutan-turut merupakan Negara yang warganya banyak datang ke Indonesia. Hal ini dapat dipahami, karena beberapa hal, diantaranya faktor geografis dimana Negara tetangga Indonesia adalah Singapura, Malaysia, dan Australia. Faktor lain yang membuat Indonesia menjadi daya tarik warga Negara tetangga adalah karena jumlah kekayaan alam dan jumlah masyarakat Indonesia yang sangat banyak. Dari sisi bisnis, ini sangat memberikan potensi yang besar.

Berdasarkan banyaknya perusahaan di Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan sumber daya alam seperti perkebunan dan pertambangan, yang dimiliki warga negara Singapura dan Malaysia. Selain itu, besarnya jumlah masyarakat Indonesia menjadi pasar yang potensial bagi para produsen dari Negara tetangga. Banyak produk-produk yang dibuat di Negara Malaysia namun penjualannya dilakukan di Indonesia. Yang juga tidak kalah pentingnya adalah daya tarik keindahan alam yang luar biasa, sehingga mampu menyedot warga Negara lain untuk masuk ke Indonesia. Potensi wisata alam Indonesia ini telah diakui warga Negara Australia, Asia, dan Eropa untuk bisa menikmatinya. Tujuan

utama untuk liburan dan bisnis bila kita lihat berdasarkan latar belakang wisatawan, kita dapat dengan mudah menjelaskan bahwa ada banyak tujuan wisatawan Mancanegara datang ke Indonesia. Seperti liburan, bisnis, dinas, pendidikan dan lainnya.

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu Negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu Negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat.

Secara global oleh *World Economic Forum* (2010), dinyatakan tingkat persaingan Indonesia pada Tahun 2010 berada pada peringkat 44 dari 134 negara. Kemudian, dalam persaingan industri perjalanan dan pariwisata, Indonesia masih berada pada peringkat 81 dari 133 negara, dan berada pada peringkat 15 dari 25 negara wilayah Asia-Pasifik, serta berada pada peringkat 5 di Asia Tenggara. Negara-negara pesaing dalam pemasaran kepariwisataan Indonesia seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand, telah menempati peringkat yang cukup jauh jika dibandingkan dengan Indonesia. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Indonesia Menurut Tempat Tinggal, (Juta, US\$) 2008-2012

Negara	Tahun				
	2008	2009	2010	2011	2012
Brunei	12,134	15,709	39,063	48,193	50,680
Malaysia	1,117,454	1,179,366	1,277,476	1,302,237	1,369,433
Filipina	159,003	162,463	189,486	223,779	235,326
Singapura	1,397,056	1,272,862	1,373,126	1,505,588	1,583,277
Thailand	76,842	109,547	123,825	141,771	149,086
Hongkong	81,073	67,976	78,339	86,646	91,117
India	102,179	110,658	137,027	154,237	162,196
Jepang	546,713	475,766	418,971	412,623	433,915
Korea	320,808	256,522	274,999	306,061	321,854
Pakistan	7,786	7,580	6,314	6,085	6,399
Bangladesh	7,549	6,324	8,724	8,991	9,455
Srilanka	6,740	5,741	6,024	6,207	6,527
Cina	224,194	203,239	213,442	221,877	233,326
Arab Saudi	91,441	65,850	85,797	96,097	101,056
Austria	17,507	19,010	16,755	17,817	18,736
Belgia	21,996	23,836	22,328	22,551	23,715
Denmark	17,507	19,010	16,755	17,817	18,736
Perancis	125,216	159,924	163,110	148,381	156,038
Jerman	137,854	128,649	145,244	145,160	152,650
Italia	33,300	40,448	38,908	46,145	48,526
Belanda	140,771	143,485	151,836	159,063	167,271
Spanyol	33,407	29,119	29,643	25,596	26,917
Portugal	12,423	12,056	13,165	11,070	11,641
Swedia	23,067	21,033	24,579	27,525	28,945
Swiss	31,662	35,387	34,928	35,475	37,306
Inggris	150,412	169,271	192,259	192,685	202,628
Finlandia	10,535	18,688	13,740	14,117	14,845
Norwegia	17,434	16,141	17,482	16,578	17,433
Rusia	69,628	72,829	79,398	87,426	91,937
US	174,331	170,231	180,361	204,275	214,816
Kanada	39,784	35,400	43,159	54,287	57,088
Amerika Selatan	25,563	24,193	35,064	38,064	40,486
Australia	450,178	584,437	771,792	931,109	979,155
Selandia Baru	22,633	31,593	32,113	36,683	38,576
Mesir	97,024	150,444	171,861	207,525	190,371
Jumlah	5,803,204	5,844,787	6,427,093	6,959,741	7,291,463

Sumber: BPS. Statistika Indonesia

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS yang ditunjukkan pada Tabel.1 maka dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia, mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata Internasional, menerima jumlah kunjungan wisata sebesar 6.323.730 wisatawan pada tahun 2009. Walaupun secara global terjadi penurunan jumlah

wisatawan sebesar 4,2 persen dari tahun sebelumnya akibat terjadinya krisis keuangan dan resesi ekonomi di negara-negara Eropa dan Amerika Serikat, namun Indonesia mengalami peningkatan sebesar 1,4 persen dibandingkan dengan Tahun 2008 yaitu sebanyak 6,234,497 wisatawan.

Selain China, wisman asal negara-negara di kawasan Timur Tengah juga mengalami peningkatan jumlah kunjungan ke Indonesia. Oleh karena itu, pihaknya akan mengincar wisman asal China, Rusia, dan Timur Tengah untuk menutupi wisman asal Eropa dan Amerika Serikat yang mengalami penurunan akibat krisis global. Wisman asal Eropa dan Amerika dikenal sebagai turis yang berkunjung ke Indonesia dalam jangka waktu yang lama dan mengeluarkan uang dengan banyak.

Pasca aksi terorisme pada tahun 2008, disusul krisis finansial global yang dampaknya hingga tahun 2009, sektor pariwisata masih mampu bertahan, bahkan dapat tumbuh positif. Hal ini merupakan prestasi di tengah kemunduran sektor pariwisata dunia seperti Australia dan Thailand yang tumbuh negatif.

Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dari Amerika tidak terpengaruh atas krisis keuangan yang terjadi di Amerika Serikat. Tidak ada pengaruh besar ini ke Indonesia karena memang Amerika bukan pasar utama, bahkan bukan 10 besar pasar wisata utama Indonesia. Pernyataan ini berdasarkan data yang ada pada Asosiasi Biro Perjalanan Wisata Indonesia.

Dari data tingkat kunjungan wisman Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan Depbudpar, tingkat kunjungan wisman Amerika ke Indonesia berkisar kurang dari 200.000 wisman yaitu hanya 130.963 wisman atau hanya 3,79 persen

dari total jumlah wisman. Jadi bila dievaluasi pengukuran resiko di atas berdasarkan probabilitas maka penurunan jumlah wisman asal Amerika Serikat tidak memberikan dampak yang signifikan bagi pariwisata Indonesia, tidak menjadi perhatian utama dalam skala prioritas.

Akan tetapi krisis keuangan yang terjadi di Amerika Serikat yang mengglobal ini mungkin dapat mempengaruhi tingkat wisman dari negara-negara lain ke Indonesia, yang bahkan menjadi pasar wisata utama Indonesia. Negara pasar wisata utama Indonesia berasal dari negara-negara Australia, Eropa, Jepang, Korea, Taiwan, dan Hongkong. Negara-negara ini yang paling terkena dampak krisis keuangan Amerika Serikat. Para wisman dari negara ini mungkin akan menunda atau bahkan membatalkan rencana perjalanan mereka berdasarkan skala prioritas, lebih mementingkan biaya-biaya utama. Akan tetapi, biasanya para wisman dalam melakukan perencanaan wisata biasanya dilakukan setahun sebelum wisata dilakukan, secara individual maupun rombongan sehingga tidak semudah itu membatalkan rencana wisatanya. Bagi para praktisi bisnis wisata, kunjungan wisman untuk berlibur pada musim dingin tahun ini adalah transaksi jadi yang tidak mungkin dibatalkan hanya karena krisis keuangan.

Wisata Indonesia perlu adanya diversifikasi untuk menghadapi resiko dari krisis global dengan mengkombinasikan pasar di luar Amerika Serikat dan Eropa, yang jauh lebih potensial warganya melakukan wisata. Sebagai contoh negara-negara Timur Tengah yang sedang diuntungkan penjualan minyak dengan harga yang cukup tinggi. Begitu juga negara wisman Rusia yang sudah mulai melirik Bali untuk tujuan wisatanya. “Bahkan akhir tahun 2008 wisman asal Rusia akan

mengunjungi Bali dengan penerbangan ‘carter’. Sebab negara Rusia tidak mengenal krisis, artinya peluang bagi Bali sangat terbuka untuk meningkatkan penghasilan warga maupun para praktisi bisnis pariwisata dari kunjungan wisman Rusia.

Perlu adanya penggarapan terhadap wisatawan lokal. Bila dilihat dari jumlah penduduk, Indonesia memiliki jumlah penduduk terbesar ke-10 di dunia. Ini merupakan sebuah potensi bagi sektor pariwisata untuk meningkatkan perekonomian. Bila sektor pariwisata ditata dengan baik, maka wisatawan lokal tidak perlu melakukan perjalanan ke luar negeri, mereka akan belajar untuk mencintai negerinya sendiri. Hal ini juga merupakan bentuk diversifikasi dalam menghadapi resiko yang diterima dari krisis global.

Pariwisata merupakan suatu sektor yang sangat diandalkan. Pariwisata adalah penyumbang devisa yang cukup besar. Semakin banyak pengeluaran wisatawan yang dikeluarkan di tempat mereka berwisata, maka akan meningkatkan pendapatan bagi daerah tersebut. Dengan meningkatnya pendapatan daerah, maka dapat dibuka lebih banyak lagi lapangan pekerjaan sehingga akan mengurangi pengangguran.

Harga suatu objek wisata meliputi biaya perjalanan ke objek wisata tersebut, harga tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya membeli cinderamata, dan sebagainya. Harga suatu objek wisata ini mencerminkan seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan suatu individu untuk memperoleh *utility* pada suatu objek wisata. Sedangkan tingkat pendapatan mencerminkan seberapa besar penghasilan yang diterima individu pada tiap bulannya, semakin

tinggi tingkat pendapatan seseorang keinginan untuk melakukan perjalanan wisata juga semakin tinggi dikarenakan kecenderungan seseorang dengan pendapatan tinggi yang bekerja dengan jam kerja yang juga tinggi akan memanfaatkan waktu senggang (*Leisure Time*) dengan melakukan perjalanan wisata.

Table.2 Rata-rata pengeluaran Wisatawan Mancanegara per Kunjungan Menurut Tempat Tinggal (US\$) 2008-2012

Negara Tempat Tinggal	Tahun				
	2008	2009	2010	2011	2012
Brunei	1,011.73	748	891.7	756	956.7
Malaysia	684.86	684.81	676.6	714.81	727.92
Filipina	1,131.81	995.94	854.79	786.06	850.7
Singapura	818.07	602.81	675.81	700.2	639.01
Thailand	1,069.17	858.65	787.05	902.29	964.14
Hongkong	1,261.13	856.32	962.35	1,056.33	1,006.95
India	1,205.63	1,327.94	1,074.89	1,135.48	1,019.13
Jepang	1,196.94	916	978.28	1,017.40	1,060.17
Korea	1,014.68	847.77	912.92	966.54	931.82
Pakistan	1,090.56	846.17	1,064.40	831.25	2,151.83
Bangladesh	1,567.50	1,122.80	1,202.32	1,525.38	1,119.85
Srilanka	783.35	1,112.11	1,270.64	1,084.37	1,122.52
Cina	2,266.06	1,330.14	1,610.95	1,638.84	1,424.47
Arab Saudi	1,404.54	1,412.56	1,472.86	1,596.19	1,676.29
Austria	1,673.32	1,326.53	1,808.53	1,451.38	1,666.21
Belgia	1,635.88	1,160.57	1,610.94	1,654.44	1,685.34
Denmark	1,478.65	1,405.95	1,497.46	1,545.58	1,609.17
Perancis	1,617.92	1,446.30	1,496.65	1,580.42	1,654.25
Jerman	1,356.44	1,389.30	1,275.47	1,487.84	1,462.51
Italia	1,719.98	1,482.49	1,772.96	1,653.57	1,658.79
Belanda	1,388.45	1,532.29	1,600.31	1,406.16	1,576.29
Spanyol	1,171.86	1,277.62	1,424.23	1,421.45	1,420.32
Portugal	1,587.93	1,022.79	1,665.80	1,762.52	1,669.93
Swedia	1,444.08	1,708.68	1,587.84	1,722.64	1,831.92
Swiss	1,456.84	1,210.72	1,441.50	1,399.23	1,517.86
Inggris	1,292.20	1,487.43	1,679.11	1,543.97	1,476.29
Finlandia	1,537.39	2,132.80	1,214.00	1,675.83	1,890.32
Norwegia	2,133.65	1,526.54	1,723.00	2,043.31	1,775.83
Rusia	1,675.41	1,409.49	1,398.47	1,553.22	1,468.41
US	2,070.23	1,241.39	1,568.73	1,491.45	1,432.73
Kanada	1,566.67	824.13	2,148.67	1,847.00	751.75
Amerika Selatan	1,484.34	1,447.35	1,518.38	1,613.24	1,510.31
Australia	1,592.91	1,341.64	1,346.85	1,642.92	1,675.07
Selandia Baru	834.57	1,514.73	1,243.69	1,759.55	1,001.88
Mesir	1,458.88	1,221.77	1,252.24	1,427.83	1,130.95
rata-rata	1,322.03	1,148.89	1,297.51	1,344.30	1,319.93

Sumber: BPS. Statistika Indonesia

Berdasarkan data dalam Tabel 2 dapat dilihat bahwa rata-rata pengeluaran wisatawan yang datang ke Indonesia, mengalami peningkatan yang berarti. Pada tahun 2008-2012 Ini berarti bahwa permintaan objek wisata mengalami peningkatan. karena pada tahun tersebut jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia juga mengalami peningkatan.

Stabilitas keamanan dan politik yang semakin membaik, program tahun kunjungan museum, dan peningkatan kunjungan wisman pada tahun 2010, berimbas pada peningkatan belanja wisman, sehingga perolehan devisa juga terus bertambah. Rata-rata pengeluaran wisman per kunjungan pada tahun 2010 mengalami peningkatan dari US\$ 1.148,89 tahun 2009 menjadi US\$ 1.297,51 atau naik sebesar 11,94 persen dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2009 pengeluaran wisman sempat turun sekitar 8,22 persen. Penurunan pengeluaran wisman pada tahun 2009 ini disebabkan oleh adanya penghematan atau pengetatan pengeluaran dari para wisatawan mancanegara akibat dari pengaruh krisis keuangan global tahun 2008. Hal ini juga dapat terlihat pada semakin pendeknya lama tinggal wisman berada di Indonesia.

Wisman yang berasal dari Kanada membelanjakan uangnya rata-rata US\$ 2.148,7 per kunjungan dan merupakan rata-rata pengeluaran tertinggi dibandingkan wisman negara lain, disusul oleh Austria (US \$ 1.8608,03) dan Norwegia (US\$ 1.723,00). Meskipun jumlah kunjungan wisman dari Malaysia dan Singapura paling tinggi dibanding negara lain, dan penerimaan devisa yang didapat dari wisman kedua negara tersebut juga cukup tinggi, namun rata-rata pengeluaran per kunjungan kedua negara tersebut paling rendah, masing-masing

US \$ 676,6 untuk wisman Malaysia dan US \$ 675,8 untuk wisman Singapura. Sementara itu wisman dari Australia sebagai penyumbang devisa terbesar, membelanjakan uangnya rata-rata US \$ 1.592,91 per kunjungan.

Table. 3 Pendapatan Perkapita Wisatawan Mancanegara Menurut Negara Tempat Tinggal (Juta US\$) 2008-2012

Negara	Tahun				
	2008	2009	2010	2011	2012
Brunei	33,390	31,590	55,000	55,400	55,300
Malaysia	7,500	7,590	8,150	8,830	9,820
Filipina	1,760	1,870	2,060	2,190	2,500
Singapura	36,210	36,270	43,980	47,460	49,710
Thailand	3,750	3,860	4,320	4,620	5,210
Hongkong	33,950	32,350	33,630	35,710	36,560
India	1,050	1,170	1,290	1,450	1,550
Jepang	37,870	37,610	42,190	45,130	47,870
Korea	21,430	19,650	19,720	20,870	22,670
Pakistan	990	1,040	1,060	1,140	1,260
Bangladesh	560	620	690	770	840
Srilanka	1,770	1,970	2,260	2,580	2,920
Cina	3,050	3,610	4,240	4,900	5,720
Arab Saudi	18,640	18,350	19,360	21,210	24,310
Austria	46,790	46,570	47,170	48,080	47,960
Belgia	45,180	44,700	45,940	45,800	44,820
Denmark	59,040	58,350	59,490	60,270	59,870
Perancis	41,940	42,390	42,380	42,800	41,850
Jerman	42,470	42,550	43,400	44,670	45,170
Italia	35,760	35,570	35,600	35,460	34,720
Belanda	48,820	48,590	48,640	49,350	48,110
Spanyol	31,580	31,790	31,150	30,370	29,340
Portugal	21,680	21,880	22,060	21,550	20,690
Swedia	52,390	48,830	50,860	52,990	56,120
Swiss	59,340	66,630	73,680	74,900	80,970
Inggris	46,010	41,150	38,390	38,140	38,500
Finlandia	47,960	46,540	47,250	47,690	46,590
Norwegia	85,580	86,130	86,850	88,590	98,780
Rusia	9,710	9,290	10,000	10,810	12,700
US	49,350	48,040	48,960	50,650	52,340
Kanada	43,530	42,010	43,400	47,680	51,570
Amerika	5,750	5,630	5,990	6,820	7,460
Australia	42,280	43,840	46,380	50,110	59,260
Selandia Baru	28,100	29,400	28,790	30,870	36,900
Mesir	1,960	2,270	2,550	2,750	2,980

Sumber: World Bank Data

Tabel.3 menjelaskan data mengenai pendapatan per kapita dari periode 2008-2012 cenderung meningkat tiap tahunnya. Brunei Darussalam, Singapura

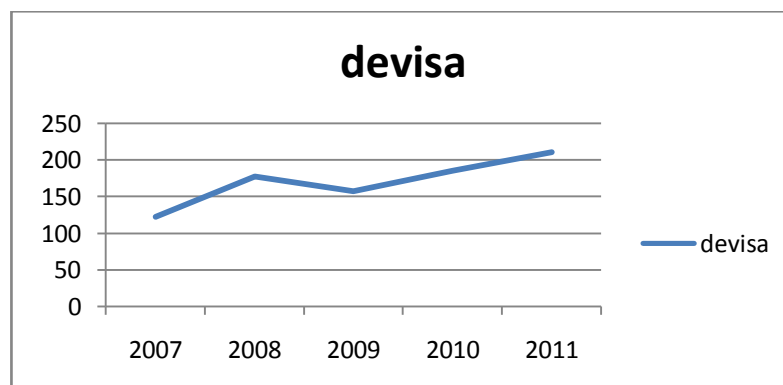
dan Amerika Serikat adalah salah satu dari beberapa Negara yang memiliki pendapatan perkapita paling teratas. Pada tahun 2008 pendapatan Brunei US\$ 33.390. Ekonomi Brunei Darussalam bertumpu pada sektor minyak bumi dan gas dengan pendapatan nasional yang termasuk tinggi di dunia. Singapura adalah satu dari Empat Macan Asia, dengan pendapatan perkapita pada tahun 2008 US\$ 36.210. Ekonominya sangat bergantung pada ekspor dan pengolahan barang impor, khususnya dibidang manufaktur. Sedangkan Amerika Serikat pendapatan perkapita sebesar US\$ 49.350. Ekonomi AS ialah salah satu yang terpenting di dunia. Banyak negara telah menjadikan tolak ukur mata uangnya, artinya berharga atau tidak nya mata uangnya ditentukan oleh dollar. Negara ini memiliki banyak sumber daya mineral, seperti emas, minyak, batu bara, dan endapan uranium.

Dari keseluruhan gambaran tersebut, bahwa sektor pariwisata di masa datang memiliki prospek cukup penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi nasional. Sejalan dengan hal tersebut pemerintah perlu menetapkan kebijakan yang mengarah pada pemantapan citra Indonesia sebagai negara tujuan wisata (*destinasi*) yang aman, tertib, nyaman dan ramah lingkungan disertai dengan pengembangan *destinasi* yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Agar dapat bersaing dengan negara–negara ASEAN lain dalam menarik kedatangan wisatawan mancanegara maupun dalam meningkatkan perolehan devisa negara. Pengembangan destinasi serta aksesibilitas merupakan hal yang sangat penting mengingat Indonesia memiliki kekayaan sumber daya wisata alam dan budaya sangat besar dan beragam serta memiliki kekhasan yang tinggi. Sumber daya wisat akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan

mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Dalam menyerap pasar wisata internasional, pemerintah menetapkan kebijakan dalam promosi yaitu dengan melakukan konsentrasi promosi pada beberapa negara Asia pasifik, Eropa Barat dan Amerika Utara sebagai target pasar utama (*Major Market*).

Di sisi lain semakin besar tingkat kunjungan wisatawan mancanegara, maka produk wisata yang dibutuhkan oleh wisman semakin banyak dan bervariasi, selanjutnya untuk pemenuhan kebutuhan ini akan terkait dengan nilai sejumlah uang yang dibelanjakan oleh wisatawan selama dalam perjalanan wisata. Dengan semakin banyaknya transaksi pembelian secara langsung akan memberikan manfaat bagi kelangsungan industri pariwisata. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengeluaran wisman selama melakukan perjalanan wisata menjadi pendapatan bagi usaha jasa yang memberikan layanan wisata kepada wisatawan.

Grafik.1 Total Devisa (Penerimaan), (Juta US\$) 2007-2011



Sumber: PES (*Pessenger Exit Survei*)

Mengamati laju pertumbuhan pariwisata nasional terutama dalam perolehan devisa, posisi Indonesia belum menjadi yang terbesar diantara negara-negara ASEAN. Sebagai perbandingan dengan negara-negara ASEAN lain

seperti Malaysia, Singapura, Thailand dalam mengelola potensi wisata cukup baik, sehingga perolehan devisa pariwisatanya jauh lebih tinggi daripada Indonesia. Menurut data dari *ASEAN Statistical Yearbook*, 2004 posisi penerimaan devisa pada negara-negara yang tergabung dalam kawasan ASEAN menggambarkan bahwa Indonesia tiap tahun nya meningkat peroleh devisa nya.

Pada tahun 2010 penerimaan devisa dari wisman mencapai US\$ 185.433 juta atau meningkat sebesar 20,73 persen dibandingkan tahun 2009. Perolehan devisa sebesar itu berhasil melampaui penerimaan devisa dari sektor pariwisata yang ditargetkan pemerintah. Sementara itu pada tahun 2009 perolehan devisa sempat terpuruk minus 14,29 persen, meskipun jumlah wisman meningkat. Hal ini disebabkan kecenderungan wisman yang membatasi pengeluaran melalui akomodasi selama berada di Indonesia dan menurunnya daya beli wisman sebagai imbas krisis keuangan global yang melanda negara-negara asal wisman.

Limpahan wisman Australia dari Thailand juga berdampak positif pada penerimaan devisa Sektor Pariwisata. Perolehan devisa Wisman yang berasal dari Australia menduduki peringkat pertama dari total penerimaan devisa pada tahun 2010. Tahun sebelumnya juga menduduki peringkat pertama namun hanya memberi kontribusi 13,43 persen.

Pariwisata sebagai salah satu instrumen penghasil devisa dan pendapatan asli daerah, serta memberikan prospek yang cukup cerah bagi pembangunan ekonomi. Maka pengembangan industri pariwisata perlu penanganan yang serius. Dengan demikian dapat diharapkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia akan semakin meningkat serta minat membelanjakan mata uangnya

(*tourist expenditure*) akan semakin besar. Pariwisata merupakan komoditi yang perlu dikembangkan karena dapat menjadi salah satu alat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat. Beberapa negara bahkan mengandalkan industri pariwisata sebagai pendapatan utama. Hal ini mendorong setiap negara berlomba-lomba menciptakan dan menawarkan berbagai macam destinasi untuk menikmati berbagai produk wisata dan fasilitas yang tersedia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Indonesia Oleh Wisatawan Mancanegara** ”.

B. Rumusan Masalah

1. Sejauhmana pengaruh pengeluaran wisatawan terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara ke Indonesia ?
2. Sejauhmana pengaruh pendapatan perkapita terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara ke Indonesia?
3. Sejauhmana pengaruh pengeluaran wisatawan dan pendapatan perkapita, terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh rata-rata pengeluaran wisatawan terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara ke Indonesia.

2. Pengaruh pendapatan perkapita terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara ke Indonesia.
3. Pengaruh rata-rata pengeluaran wisatawan dan pendapatan perkapita terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya di harapkan dapat bermanfaat:

1. Bagi penulis merupakan salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi pemerintah, yaitu Departemen Pariwisata untuk memberikan masukan dan bahan pertimbangan dalam peningkatan perkembangan pariwisata di Indonesia.
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan informasi bagi penelitian sejenis.
4. Bagi pengembangan ilmu yaitu ilmu ekonomi mikro, ekonomi sumber daya alam dan ilmu pariwisata.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Teori Permintaan

a. Prilaku Konsumen

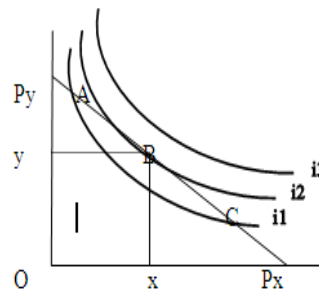
Kotler dan Keller (2009:166) prilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Mowen dan Minor (2002:6) juga mengungkapkan, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2007:72) bahwa teori prilaku konsumen adalah deskripsi bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan di antara barang dan jasa yang berbeda beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Prilaku konsumen dapat dipahami melalui tiga langkah, yaitu :

- a) Preferensi konsumen : langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan orang lebih suka satu barang daripada barang lain.
- b) Kendala anggaran : sudah pasti konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu, kita harus menyadari kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
- c) Pilihan-pilihan konsumen : dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka,

konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimumkan kepuasan mereka.

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 1. Kurva Ekuilibrium yang Memaksimalkan Utilitas

Pada Gambar 1, terlihat kombinasi yang bisa 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 pada P_y dan X pada P_x . Mereka akan berada pada kurva indifferen 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 indifferen 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 indifferen i_2 .

Menurut para ahli pendapatan dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu perilaku seseorang, kelompok atau organisasi untuk mengonsumsi suatu barang dan jasa yang berbeda dengan suatu pengalaman, ide, dan manfaat yang mereka butuhkan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Perilaku konsumen berhubungan dengan pendapatan konsumen itu sendiri, dimana mereka akan memaksimalkan utilitas untuk suatu barang dan jasa dengan bebas anggaran yang mereka miliki.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Sukirno (2002:76) 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 Rahardja 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 hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Menurut Sukirno (2002:76), permintaan seseorang atau suatu masyarakat atas suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut adalah :

a) Harga

Menurut Iswardono (1994:32) Jumlah barang yang diminta berubah sebagai akibat dari perubahan harga barang itu sendiri. Semakin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang yang diminta, dan semakin rendah harga suatu barang semakin banyak jumlah barang yang diminta. Pernyataan ini sering disebut dengan sebagai hukum permintaan yang berlaku jika disertai anggapan *ceteris paribus*.

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 oleh 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 (1) barang lain itu merupakan pengganti, sesuatu barang dinamakan pengganti kepada barang lain apabila dia tidak menggantikan fungsi barang tersebut, (2) barang lain itu merupakan pelengkap, (3) barang netral. Maksud barang pengganti adalah jika terjadi peningkatan harga suatu barang dan barang lain yang bisa 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.

Dapat disimpulkan bahwa jika terjadi peningkatan harga suatu barang dan barang lain bisa 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 pelengkap terhadap suatu barang maka barang ini harganya 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. Jika salah satu harga naik, maka akan menyebabkan permintaan akan barang lain menjadi lebih meningkat (Nicholson,2001:95).

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 sosial atau asuransi pengangguran Samuelson (2003:264). Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan Sukirno (2002:82):

- 1) Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang-orang yang berpendapatan rendah. Kalau

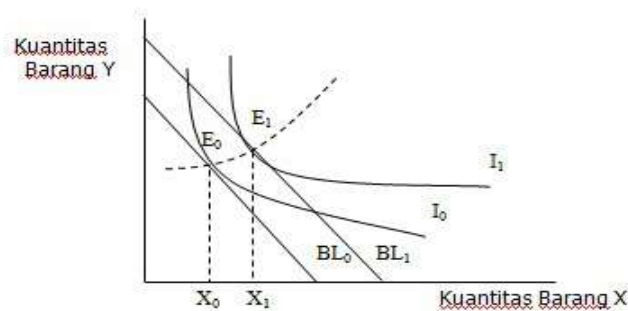
pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang inferior dan menggantinya dengan barang yang lebih baik mutunya. Contoh: ubi kayu. Pada pendapatan yang sangat rendah orang-orang mengkonsumsi ubi kayu sebagai pengganti beras atau makanan ringan. Kalau pendapatan meningkat maka konsumen mempunyai kemampuan untuk membeli makanan lain dan mengurangi konsumsinya terhadap ubi kayu.

- 2) Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan 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 permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Contoh: pakaian, sepatu, 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, (i) Pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang. (ii) Pertambahan 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 relatif tinggi dalam golongan ini. Contoh: emas, intan, mobil sedan. 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 tersebut terhadap suatu jenis barang. Semakin besar jumlah pendapatan 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.

Menurut David Besanko (2006:140) dalam kurva engel sebagai sumbu vertikal adalah pendapatan dan sebagai sumbu horizontal adalah kuantitas. Kurva Engel menunjukkan hubungan antara pendapatan dan kuantitas yang diminta. Pada barang normal, kurva engel berlereng menanjak karena kenaikan pendapatan akan menambah kemampuan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi lebih banyak barang dan jasa.



Gambar 2 Kurva Engel

Pada Gambar 2 Kurva Engel dapat diturunkan dari kurva konsumsi pendapatan konsumen. Misalkan pendapatan konsumen mula-mula N_0 , titik keseimbangan di titik E_0 yaitu persinggungan antara kurva indiferensi I_0 dan garis kendala anggaran BL_0 sehingga kuantitas barang X yang diminta sebesar X_0 . Bila pendapatan konsumen naik menjadi N_1 dan harga barang-barang tetap sehingga garis kendala anggaran bergeser ke atas sejajar dengan garis kendala anggaran mula-mula menjadi BL_1 . Keseimbangan

baru menjadi E_1 yaitu persinggungan antara kurva indiferensi I_1 dengan garis kendala anggaran BL_1 . Dengan naiknya pendapatan konsumen kuantitas barang X yang diminta naik menjadi X_2 . Bila hubungan antara pendapatan konsumen ini dengan kuantitas barang X yang diminta dihubungkan akan diperoleh kurva Engel. Ketika pendapatan konsumen N_0 kuantitas barang X yang diminta sebesar X_0 pada titik A , sewaktu pendapatan konsumen naik menjadi N_1 kuantitas barang X yang diminta sebesar X_1 pada titik B .

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. Kepuasan konsumen akan meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas dan pelayanan. Dalam hal mengonsumsi suatu barang dan jasa, kepuasan 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. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen tentunya akan membuat tingginya permintaan akan barang dan jasa tersebut, begitu juga sebaliknya apabila kepuasan konsumen akan barang dan jasa rendah otomatis permintaannya akan ikut berkurang.

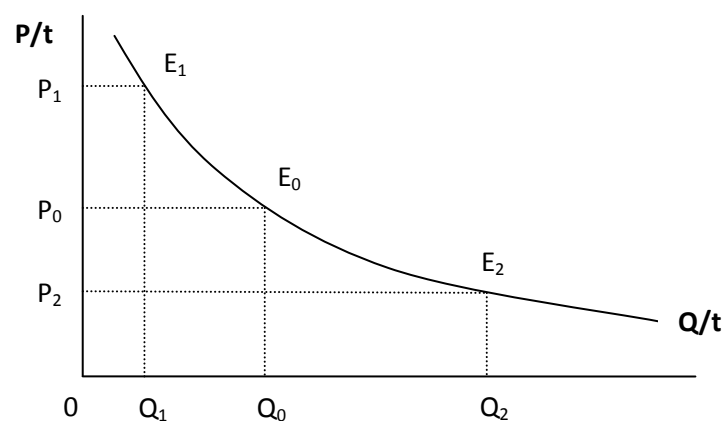
Pada dasarnya permintaan konsumen terhadap barang tertentu selalu karna adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhannya. Teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli konsumen tertentu pada berbagai kemungkinan harga dalam suatu waktu tertentu. Sedangkan dari permintaan pasar adalah berbagai jumlah dari suatu barang yang hendak dibeli oleh semua konsumen pada berbagai kemungkinan harga dalam periode waktu tertentu.

Secara umum permintaan dapat dibedakan atas dua macam yakni permintaan individual dan permintaan pasar. Permintaan individual adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada kemungkinan tingkat harga pada waktu tertentu. Permintaan pasar adalah berbagai jumlah dari pada suatu barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu. Sedangkan yang dimaksud dengan permintaan adalah berbagai jumlah barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu.

Menurut Sukirno (2002:75) teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dengan harga dapat dibuat grafik yang disebut dengan kurva permintaan. Perubahan dalam permintaan baik disebabkan oleh faktor harga maupun faktor non harga akan menyebabkan terjadinya pergeseran dan pergerakan kurva permintaan. Sukirno (2002:76) mengungkapkan bahwa hukum permintaan menjelaskan suatu sifat perkaitan antara barang dengan harganya, dimana hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan atas barang tersebut, dan sebaliknya jika harga suatu barang semakin tinggi maka semakin sedikit permintaan barang tersebut. Sedangkan menurut Mankiw (2006:80) juga mengatakan hal demikian bahwa hukum permintaan merupakan hubungan antara harga dan permintaan yang diasumsikan sama maka ketika harga suatu barang meningkat, jumlah permintaan akan menurun.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan individual bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsumen memutuskan untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan pada waktu tertentu. Faktor-faktor tersebut adalah harga produk yang bersangkutan, pendapatan, harga produk lain, selera dan preferensi, serta ekspektasi tentang masa depannya Case (2007:59).

Menurut Samuelson (2003:54) mengemukakan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta disebut “skedul permintaan” atau “kurva permintaan”. Kurva ini menggambarkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga. Hubungannya adalah terbalik atau negatif. Hubungan negatif ini dapat digambarkan dengan menarik satu garis yang turun dari kiri atas ke kanan bawah atau garis berbentuk miring. Secara grafis hukum permintaan yang negatif ini dapat digambarkan pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Kurva Permintaan Berlereng Menurun

Pada Gambar 3 dapat di lihat bagaimana pada saat harga P_0 , jumlah barang yang diminta adalah sebesar Q_0 dengan keseimbangan pada E_0 . Bila harga naik dari P_0 menjadi P_1 maka jumlah barang yang akan diminta akan turun dari OQ_0 menjadi OQ_1 dan sebaliknya bila harga turun menjadi OP_2 maka jumlah barang yang diminta akan naik dari OQ_0 menjadi OQ_2 . Kemudian titik-titik itu membentuk garis D atau kurva permintaan.

Jadi berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli teori permintaan merupakan teori yang menghubungkan antara harga dengan jumlah permintaan suatu barang. Harga dan permintaan mempunyai hubungan negatif. Permintaan akan meningkat apabila harga turun dan sebaliknya, jika harga naik maka permintaan akan menurun.

2. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Kata "pariwisata" sebenarnya baru populer di Indonesia setelah diselenggarakan musyawarah Nasional Tourisme ke II di tretes, Jawa Timur. Pada tanggal 12 s/d 14 juni 1985. Sebelumnya ganti kata "pariwisata" digunakan kata "*Tourisme*" yang berasal dari bahasa Belanda.

Menurut Muljadi (2009:8), Pariwisata adalah Keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu Negara, Kota atau wilayah tertentu. Sedangkan Menurut Yoeti (1997:21), Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud tujuan bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan yang bermacam-macam." Pariwisata merupakan industri yang sangat kompleks. Sedangkan Hal ini karena dalam industri pariwisata terdapat industri-industri yang lain, seperti industri cendera mata, industri biro perjalanan, dan industri jasa lainnya. Selanjutnya menurut Yoeti (1997:2), Industri

pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan yang lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, letak geografis, fungsi, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya.

Pengertian pariwisata berdasarkan Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan, disebutkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Konsep Pariwisata. Sedangkan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata, yaitu "pari" dan "wisata". Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar dan wisata berarti perjalanan atau berpergian. Dengan demikian pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat yang lainnya. Dalam bahasa Inggris perjalanan demikian dikenal dengan istilah "*Tour*".

Untuk membedakan pengertian antara wisata, wisatawan, pariwisata, kepariwisataan, usaha pariwisata obyek dan daya tarik wisata, serta kawasan wisata, studi ini akan menggunakan definisi yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (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 dan 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 multidisiplin 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) Kawasan pariwisata Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
- h) Wisata kesehatan adalah perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan tertentu untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan, seperti mata air panas yang mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

b. Wisatawan

Elemen pariwisata yang paling penting adalah wisatawannya, baik itu domestik maupun mancanegara, maka akan mengakibatkan adanya kunjungan wisata ke objek wisata tersebut.

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pengertian wisatawan masih sama dengan pengertian

pada undang-undang sebelumnya, sedangkan pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan menurut Liga Bangsa-bangsa dan *Union of Official Travel Organization* (IUOTO) Muljadi (2009:10), yang bisa dianggap sebagai wisatawan adalah :

- a) Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan, dan lain-lain.
- b) Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas-tugas tertentu (Ilmu Pengetahuan), tugas pemerintahan, diplomasi, agama, olah raga, dan lain-lain.
- c) Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha.
- d) Mereka yang datang dalam rangka perjalanan dengan kapal laut walaupun tinggal di suatu negara kurang dari 24 jam.

Namun dikeluarkannya pelajar dan mahasiswa dari kategori batasan arti wisatawan mendapat banyak tantangan. Kemudian pada 1950 keluar ketetapan dari IUOTO yang memasukan kategori orang-orang muda tersebut ke dalam batasan wisatawan. Selanjutnya IUOTO juga memasukan kategori khusus yaitu wisatawan dalam sehari (*Excurtionists*) dalam batasannya.

Definisi pengunjung (*visitor*) menurut *the International Union of Office Travel Organization* (IUOTO) dan *World Tourism Organization*

(WTO) bisa diartikan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan ke Negara lain selain Negara diluar tempat kediamannya dengan tujuan utama kunjungan selain alasan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah.

c. Permintaan Pariwisata

Menurut Yoeti (1997:75), “Dalam bidang kepariwisataan pengertian *demand* tidak semudah pengertian *demand* terhadap barang manufaktur biasa. Hal ini tidak lain karena sifat dan bentuk dari “*product*” industri pariwisata itu sendiri, yang banyak berbeda dengan industri lainnya. Permintaan dalam kepariwisataan terdiri dari bermacam-macam unsur yang satu dengan yang lainnya tidak hanya berbeda sifat dan bentuk, tetap juga manfaat dan kegunaan bagi wisatawan.

Selanjutnya menurut Yoeti (2008:123), *demand* dalam kepariwisataan dapat berupa benda bebas (*free-good*), diperoleh tanpa membelinya, namun menjadi daya tarik bagi wisatawan sebagai objek pariwisata, misalnya pemandangan alam yang indah, udara yang segar, cahaya matahari, laut, danau, sungai, dan sebagainya. Menurut nya, *demand* dalam kepariwisataan pada dasarnya dibagi atas dua bagian besar yaitu:

- a) Potensial *demand*, yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata, karena mempunyai banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum mempunyai senggang untuk bepergian sebagai wisatawan.

- b) Aktual *demand*, adalah sejumlah orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tertentu.

Sinclair dan Stabler (1997:37) fungsi permintaan dari pariwisata pada suatu periode waktu tertentu

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij/k}, T_{ij/k}, DV) \dots \dots \dots (2.1)$$

Keterangan:

D_{ij} = permintaan pariwisata dengan daerah asal i untuk daerah tujuan j

Y_i = pendapatan asli dari daerah i

$P_{ij/k}$ = harga relatif antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

$T_{ij/k}$ = biaya transportasi antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

DV = variabel dummy untuk memperhitungkan hal-hal yang bersifat seperti acara olahraga atau gejolak politik.

Berbeda dengan permintaan terhadap barang dan jasa pada umumnya, permintaan industri pariwisata memiliki karakter sendiri, beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata menurut Yoeti (2008:139-143):

- a) Sangat dipengaruhi oleh musim
- b) Terpusat pada tempat-tempat tertentu
- c) Tergantung pada besar kecilnya pendapatan
- d) Bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah
- e) Tergantung tersedianya waktu senggang
- f) Tergantung teknologi transportasi

g) Size of family (jumlah orang dalam keluarga)

h) Aksesibilitas

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata menurut Ariyanto (2005:22), antara lain:

a) Harga

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

b) Pendapatan

Apabila daerah tujuan pendapatan suatu negara tinggi maka kecenderungan untuk memilih wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi mereka membuat sebuah usaha pada daerah tujuan wisata (DTW) jika dianggap menguntungkan. Hal ini juga berlaku bagi individu. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

c) Sosial Budaya

Dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau dengan kata lain berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata

berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.

d) Sosial Politik (Sospol)

Dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan daerah tujuan wisata (DTW) dalam situasi aman dan tenteram, tetapi apabila hal tersebut berseberangan dengan kenyataan, maka Sospol akan sangat terasa pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.

e) Intensitas Keluarga

Banyak atau sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

Menurut Yoeti, (1997:94) melihat bahwa faktor yang menentukan permintaan pariwisata (*Tourist demand*) berasal dari motif mereka untuk berkunjung ke objek wisata:

- a) Pendapatan (*Income*)
- b) Harga (*Price*)
- c) Kualitas (*Quality*)
- d) Hubungan politik antara dua Negara
- e) Hubungan ekonomi antar Negara

- f) Hubungan sosial-budaya antara dua Negara
- g) Perubahan cuaca atau iklim
- h) Faktor hari-hari libur
- i) Peraturan pemerintah
- j) Adanya *foreign exchange restriction*
- k) Teknologi pengangkutan

Soelaiman Wiria-Atmadja (2012) Selain faktor-faktor yang telah disebut di atas tadi, masih banyak faktor lainnya yang mempengaruhi permintaan terhadap pariwisata secara langsung maupun tidak langsung, antara lain:

- a) Kondisi Ekonomi Global. Secara umum kondisi ekonomi global sedikit banyaknya akan mempengaruhi minat untuk melakukan perjalanan, terutama jarak jauh, yang pada umumnya menuntut biaya yang relatif tinggi. Seperti yang terjadi jika terjadi gangguan terhadap harga bahan bakar minyak secara global. Bahkan kondisi seperti yang terjadi ketika krisis moneter melanda dunia, serta krisis *financial* Amerika dan Eropa akhir-akhir ini
- b) Kondisi Ekonomi Negara Asal Wisatawan (*country of Origin*). Seperti yang terjadi akhir-akhir ini di mana beberapa negara Eropa mengalami krisis keuangannya, tidak dapat kita mengharapkan banyak dari penduduknya untuk bepergian jauh, berhubung dengan kemampuan import negara bersangkutan yang terpaksa dikurangi bahkan tidak

mustahil dihentikan, mengingat bepergian ke luar negeri berarti meng-
 ”import jasa pariwisata”.

- c) Kondisi Ekonomi Negara Tujuan Wisata (*destination country*). Indonesia mengalami hal ini beberapa kali, seperti dalam dekade 1960-an dimana ekonomi kita mengalami inflasi sampai melebihi 600%, kepariwisataan kita hampir tidak ada yang melirik. Padahal ketika itu pemerintah bertekad mengembangkan kepariwisataan sejak 1958 dan termasuk dalam Rencana Pembangunan Semesta Berencana.
- d) Kondisi Politik Global. Adanya peperangan, bahkan sekedar ketegangan yang terjadi antar negara di dunia tidak mustahil akan mengurangi minat perjalanan jarak jauh, terutama jika perjalanannya itu harus melalui wilayah negara yang bersitegang tersebut.
- e) Kondisi Politik di Negara Asal Wisatawan. Hal ini juga memberikan pengalaman kepada kita bahwa negara yang politiknya sedang terganggu, sangat dapat dimengerti jika penduduknya hampir tidak ada yang bepergian ke luar negeri.
- f) Kondisi Politik di Negara Tujuan Wisata. Kerusuhan dan huru-hara yang terjadi di tahun 1998, terorisme yang terjadi di Indonesia menghasilkan beberapa *Travel Advice* bahkan *Travel Warning* dari beberapa Negara untuk tidak berkunjung ke Indonesia.

- g) Berjangkitnya Penyakit Menular. Baik di negara asal wisatawan maupun negara tujuan, menunjukkan kepada kita pengaruhnya terhadap berkurangnya wisatawan.
- h) Adanya Produk Wisata Negara Lain (produk pengganti/pesaing = *substitute*) yang lebih menarik dalam hal kualitas maupun harga serta upaya pemasarannya yang berhasil “mengungguli” produk kita. Perlu dicatat, bahwa persaingan tidak hanya datang dari produk pariwisata atau jasa lainnya, melainkan juga dari produk barang tahan lama (*durables*), terutama yang bernilai aset seperti mobil, sebagaimana yang pernah terjadi di Eropa pada tahun 1982 di saat BBM mengalami lonjakan harga yang menekan ekonomi rumah tangga yang pada gilirannya penduduk Eropa banyak yang menunda liburan agar dapat “menukar” kendaraannya dengan yang hemat BBM).
- i) Upaya Pemasaran Kita Sendiri. Faktor ini merupakan satu-satunya faktor yang sebetulnya dapat kita kendalikan (berada dalam kekuasaan kendali kita), sehingga keberhasilan kepariwisataan juga banyak tergantung pada upaya dan jerih payah kita sendiri, yang dilakukan secara bersama bahu-membahu, saling menunjang satu dengan lainnya antara Pemerintah (Pusat dan Daerah) dan antar sektoral, masyarakat industri pariwisata dan industri lainnya serta masyarakat pada umumnya.

Menurut para ahli dapat disimpulkan Pariwisata menawarkan suatu kebebasan atau lepas dari kehidupan biasa dan rutin, terkadang

pembebasan ini termasuk bebas dari batasan sosial. Selain itu pariwisata juga menawarkan kesempatan untuk merefleksi diri dan transisi pribadi. Pengetahuan dan pengertian terhadap hal-hal tersebut dapat memberikan suatu kehormatan sosial. pariwisata juga dapat dikatakan sebagai bentuk dari jarak. Contohnya, suatu perjalanan ritual dari perjalanan biasa ke keadaan tidak biasa, yang dipisahkan ruang selama beberapa waktu tertentu. Minat wisatawan dalam berhubungan dengan masyarakat lokal bukan merupakan tujuan dari wisata mereka, sebaliknya mereka mencari waktu luang, kesenangan, dan lepas dari urusan atau pun pola normal kehidupan sehari-hari.

Pesiar atau *leisure* ini adalah wisatawan yang memiliki tujuan untuk kesehatan studi, liburan atau rekreasi. Sedangkan hubungan dagang atau bisnis adalah perjalanan atau kunjungan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengunjungi keluarga, konferensi, misi dan hal lainnya. Berdasarkan asalnya, wisatawan dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yakni:

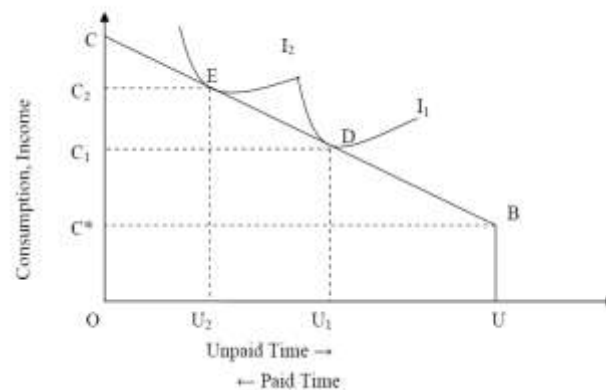
- a) Wisatawan asing atau yang sering disebut istilah *foreign tourist*, adalah wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke Negara lain yang bukan negaranya.
- b) Wisatawan lokal yang sering disebut dengan wisatawan domestik atau *domestic tourist*, adalah wisatawan yang melakukan kunjungan ke obyek wisata yang masih berada di dalam wilayah negaranya.

- c) Wisata transit adalah wisatawan yang mengunjungi sebuah obyek wisata yang bukan di negaranya sendiri yang terpaksa singgah di sebuah obyek atau Negara tanpa kemauannya sendiri.
- d) *Indigeneous foreign tourist* adalah wisatawan yang merupakan warga Negara tertentu yang bertugas di luar negaranya yang melakukan kunjungan ke negaranya sendiri dalam rangka untuk berwisata.

e. Konsumsi Pariwisata dan Waktu Senggang

Pilihan individu dan anggaran belanja merupakan determinan dari permintaan pariwisata. Besarnya anggaran tergantung dari jumlah jam yang dihabiskan untuk bekerja yang dibayar setiap periode waktu. Individu cenderung melakukan pertukaran antara kerja yang dibayar dengan waktu menganggur. Beberapa orang lebih memilih tambahan pendapatan yang dihasilkan dari penambahan waktu kerja dibayar, sementara pihak lain memilih tambahan waktu menganggur untuk bersantai, melakukan kegiatan rumah tangga dengan begitu konsekuensinya waktu kerja dibayar menjadi sedikit. Jika mereka memilih untuk menghabiskan waktu kerja dibayar lebih lama dan waktu menganggur lebih sedikit, maka tingkat pendapatan mereka bertambah tetapi waktu senggang akan menjadi hilang. Dengan begitu, ada kecenderungan bahwa pendapatan sering mengambil waktu menganggur, hal ini merupakan biaya dari alternatif lain yang dikorbankan (*Opportunity Cost*). Setiap kombinasi dari waktu kerja dibayar dengan waktu

menganggur menghasilkan sejumlah pendapatan atau anggaran yang dapat dibelanjakan pada barang dan jasa yang berbeda.



Gambar 4: Hubungan kunjungan wisata dengan waktu senggang.

Ilmu ekonomi mengasumsikan bahwa individu menginginkan kepuasan maksimum sebisa mungkin dengan memilih kombinasi dari barang konsumsi dan waktu menganggur. Titik D pada Gambar 4. merupakan posisi yang mungkin dipilih individu. Titik ini menunjukkan kombinasi optimal dari konsumsi sebesar OC_1 dan waktu menganggur OU_1 . Titik E mungkin juga dipilih individu, di mana posisi optimal adalah konsumsi sebesar OC_2 dan waktu menganggur OU_2 .

f. Pengaruh Pengeluaran wisatawan terhadap Jumlah Wisatawan Mancanegara.

Total pengeluaran yang dikeluarkan sesuatu hal yang patut diperhatikan saat ingin berkunjung di tempat wisata. Total pengeluaran sebagai budget untuk di pakai saat sedang dalam perjalanan dan pembayaran retribusi tiket. Tujuan pariwisata Tidak untuk mencari

nafkah di tempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi, karena uang yang di belanjakannya dibawa dari tempat asal (Suyitno: 2001).

B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sejenis ini merupakan bagian yang menguraikan tentang beberapa pendapat atau hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Di bawah ini dikemukakan beberapa hasil penelitian yang dilakukan dilapangan diantaranya:

- a) Rastiyono Dp (2006), dengan judul: "Analisa Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengeluaran Wisatawan Mancanegara Pada Industri Pariwisata Indonesia".

Menggunakan Metode *Ordinary Least Squares* dan *Enterprise Content Management* dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu nilai tukar rupiah, PDRB, dan lama tinggal. Dari hasil uji statistik diperoleh hasil nilai tukar rupiah, PDRB , lama tinggal dan para wisatawan yang datang bersama kelompok tour memiliki dampak yang signifikan dalam jangka pendek terhadap pengeluaran wisatawan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, selain objek penelitian berbeda variabel-variabel penelitian juga berbeda. Variabel penelitian terdahulu ini adalah nilai tukar rupiah, PDRB , lama tinggal.. Sedangkan penelitian ini variabel nya adalah pengeluaran wisatawan, dan

pendapatan perkapita dalam berwisata juga mempengaruhi kunjungan wisata sekaligus menjadi pembeda dengan penelitian terdahulu.

- b) Syamsul Huda (2008) dengan penelitian berjudul : “Analisa Penerimaan Devisa Sektor Pariwisata dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi di Provinsi Jawa Timur”.

Hasil penelitian juga dapat diketahui pengujian simultan (serempak) menunjukkan ada pengaruh yang signifikan, dimana jumlah wisatawan, objek wisata, jumlah hotel, biro perjalanan, rata-rata lam tinggal, rata-rata pengeluaran wisatawan dan kurs dollar terhadap penerimaan devisa sektor pariwisata.

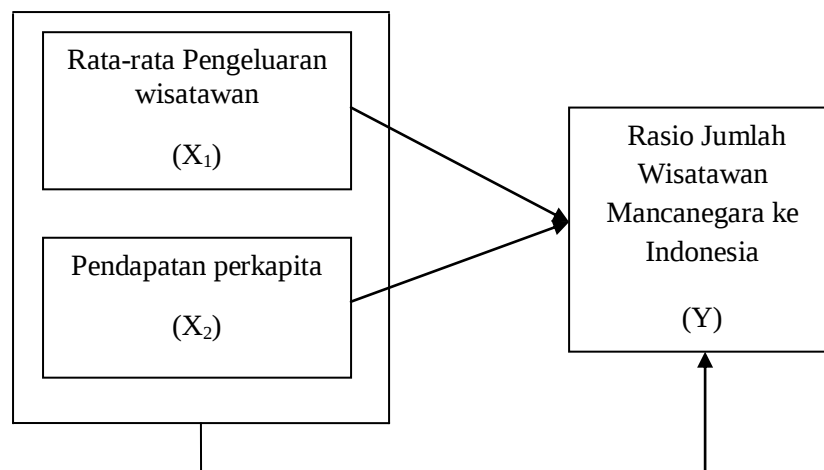
Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, selain objek, tempat dan waktu penelitian juga berbeda, begitupun variabel-variabel penelitian ini menggunakan variabel yaitu, pengeluaran wisatawan, dan pendapatan perkapita dalam berwisata juga mempengaruhi kunjungan wisata sekaligus menjadi pembeda dengan penelitian terdahulu.

C. Kerangka Konseptual

Permintaan kunjungan pada objek wisata yang tidak diketahui pasti jumlah pengunjungnya sering diukur dengan seberapa kali wisatawan berkunjung ke objek wisata tersebut. Kunjungan bisa saja dilakukan untuk pertama kali ataupun berulang-ulang. Dalam hal ini, banyak faktor pendorong yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan. Dalam hukum permintaan, tentu harga merupakan hal yang harus diperhitungkan. Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai harga adalah pengeluaran wisatawan

Mancanegara ke Indonesia, Kemudian pendapatan perkapita wisatawan yang pada dasarnya semakin besar pendapatan seseorang maka semakin besar permintaannya terhadap barang, dalam hal ini adalah barang rekreasi dan jasa lingkungan, hubungan ekonomi, kondisi ekonomi Indonesia, serta jarak lokasi asal wisata dengan Indonesia.

Agar penulis lebih terarah maka penulis memberikan gambaran dalam bentuk bagan berikut:



Gambar 5 : Kerangka Konseptual Rasio Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian teori dan kerangka konseptual di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Rata-rata Pengeluaran wisatawan berpengaruh signifikan terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara ke Indonesia.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Pendapatan perkapita berpengaruh signifikan terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara ke Indonesia.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

3. Rata-rata Pengeluaran wisatawan dan pendapatan perkapita berpengaruh signifikan terhadap rasio jumlah wisatawan Mancanegara ke Indonesia.

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

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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olahan data dengan analisis regresi panel dan pembahasan terhadap hasil penelitian, antara variabel bebas: rata-rata pengeluaran wisatawan, pendapatan perkapita, hubungan ekonomi, dan jarak lokasi terhadap variabel terikat jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia baik secara parsial maupun secara bersama-sama, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata pengeluaran wisatawan berpengaruh tidak signifikan terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa rata-rata pengeluaran wisatawan tidak berperan penting dalam mempengaruhi rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia.
2. Pendapatan perkapita berpengaruh signifikan terhadap jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia. Hal ini menyatakan bahwa pendapatan perkapita berperan penting dalam mempengaruhi jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia.
3. Rata-rata pengeluaran wisatawan, pendapatan perkapita, secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian dan uraian yang telah di kemukakan sebelumnya serta dari hasil penelitian ini dan kesimpulan yang di peroleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dilihat dari sisi permintaan, maka rekomendasi yang diberikan adalah dengan meningkatkan permintaan masyarakat di Indonesia terhadap rasio jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia sehingga kedepannya bisa tercipta permintaan wisata yang baik.
2. Berkaitan dengan adanya pengaruh positif rata-rata pengeluaran wisatawan terhadap permintaan jumlah wisatawan mancanegara yang berarti perlu diadakan upaya peningkatan kesadaran terhadap kondisi alam dan objek wisata yang dikunjungi.
3. Bagi pemerintah, yaitu Departemen Pariwisata untuk memberikan masukan dan bahan pertimbangan dalam peningkatan perkembangan pariwisata di Indonesia, dan hendaknya mempunyai perhatian yang khusus untuk tempat objek pariwisata di Indonesia, pentingnya tercipta suasana yang kondusif agar wisatawan merasa puas dan nyaman.
4. Peneliti selanjutnya, sebagai referensi dan bahan pembandingan untuk meneliti jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia dan variabel yang berkaitan dengan variabel yang diteliti agar memperoleh hasil temuan yang lebih baik, karena masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J, Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. RajaGrafindo Persada: Jakarta
- Anthony Fransisko Siallagan. 2011. *Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir*. Jurnal FE Universitas Diponegoro: Semarang
- Badan Pusat Statistik. 2012. *Statistik Indonesia*. BPS: Padang
- 2013. *Statistik Indonesia*. BPS: Padang
- Case & fair. 2007. *Prinsip-prinsip ekonomi jilid 1*. Erlangga: Jakarta
- David dan Ronald. 2006. *Microeconomics*. Northwestern University, Department of economics.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Dasar-dasar ekonometrika*. Erlangga: Jakarta.
- Iswardono, SP.1994. *Teori Ekonomi Mikro*.Gunadarma: Jakarta
- Kotler dan killer. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1*. Erlangga: Jakarta
- Marpaung dan Bahar.2000.”*Pengertian Pariwisata*”.Artikel:tersedia <http://manadoinblog.wordpress.com/2012/03/22/definisi-pariwisata-menurutbeberapa-ahli/> (di unduh 04 mei 2012).
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Salemba Empat: Jakarta
- Mowen, C. john dan Michael Minor. 2002. *Prilaku konsumen (pengantar ekonomi mikro)*. Erlangga: Jakarta ekonomi mikro Penerjemah Deliarnov. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Nicholson. Walter. 2001. *Teori Ekonomi Mikro*. PT, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Odebora.2011.<http://odebhora.wordpress.com/2011/10/28/yunani-dalam-upaya-pertahanannya-di-tengah-krisis/>: diakses 21 Oktober 2014.