

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
WISATA DI OBJEK WISATA PULAU PANDANG KAB. BATU BARA**

SKRIPSI

Oleh :

WENDA ISNANI MANDASARI

NIM : 0501172123

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2020

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
WISATA DI OBJEK WISATA PULAU PANDANG KAB. BATU BARA**

SKRIPSI

*Diajukan untk melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*

Disusun Oleh :

WENDA ISNANI MANDASARI

NIM : 0501172123

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wenda Isnani Mandasari
NIM : 0501172123
Tempat/ Tgl Lahir : B.P Mandoge, 29 Juli 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat :Desa Sei Meranti, Kec. Torgamba, Kab. Labuhan Batu
Selatan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**FAKTOR-FAKTOR PERMINTAAN DAN VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA DENGAN PENDEKATAN TRAVEL COST METHOD (TCM) (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara)**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Agustus 2021
Yang membuat pernyataan

Materai 6000

Wenda Isnani Mandasari

LEMBAR PESETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN DAN
VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA DENGAN PENDEKATAN
TRAVEL COST METHOD (TCM) (Studi Kasus Objek Wisata Pulau
Pandang Kab. Batu Bara)**

Oleh:

WENDA ISNANI MANDASARI

NIM. 0501172123

Dapat disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 2 Agustus 2021

Pembimbing I



Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nasution, SHI. MA

NIDN. 200107793

Pembimbing II



Atika, MA

NIDN. 0106038701

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, Msi

NIDN. 2003038701

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Valuasi Ekonomi Objek Wisata dengan Pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara)”** oleh Wenda Isnani Mandasari dibawah bimbingan Pembimbing I Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nasution, SHI. MA dan Pembimbing II Atika, MA.

Industri pariwisata merupakan salah satu sarana yang tepat dalam meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat baik lokal maupun global. Pariwisata mempunyai dampak dan manfaat yang banyak, di antaranya selain menghasilkan devisa negara dan memperluas lapangan pekerjaan, sektor pariwisata bertujuan untuk menjaga kelestarian alam dan mengembangkan budaya lokal. Salah satu jenis wisata yang berkembang di Indonesia adalah jenis wisata bahari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh variabel independen (Pelayanan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana) terhadap variabel dependen (Permintaan Wisatawan ke Objek wisata Pulau Pandang Kab. Batu bara) dan mengetahui nilai ekonomi Objek Wisata Pulau Pandang sebagai Objek Wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu dengan penyebaran kuisioner atau angket kepada 89 responden. pengolahan data menggunakan SPSS versi 22.0. sedangkan untuk jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara. Dan berpengaruh positif secara simultan.

Kata Kunci : Pelayanan, Biaya Perjalanan, Sarana dan Prasarana, Permintaan Wisatawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan dan Valuasi Ekonomi Objek Wisata dengan Pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara)”**. Sholawat berangkaikan salam keharibaan pada Nabi Besar Muhammad SAW sebagai uswatun hasanah dalam kehidupan kita, khususnya dalam memerankan tugas kita sehari-hari.

Adapun skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Peneliti telah mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orangtua tercinta, Ayahanda Bambang Suriatmojo dan Ibunda Sarmi Sandi Krama yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian dan kasih sayang yang tiada henti dari saya lahir hingga detik ini. Yang sudah melahirkan dan membesarkan, dan menjadi salah satu alasan saya bertahan sampai sekarang.
2. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Imsar, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Rahmat Daim Harahap, M.Ak, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

6. Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliani Nasution, SHI. MA, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan banyak masukan kepada peneliti.
7. Ibu Atika, MA, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan banyak masukan kepada peneliti.
8. Ibu Neila Susanti, MS, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang selalu membimbing peneliti selama perkuliahan.
9. Kepada seluruh Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah membantu saya dalam perkuliahan.
10. Kepada Wenda Isnani Mandasari, terimakasih sudah bertahan sejauh ini, sudah kuat sampai detik ini, sudah memberikan yang terbaik walaupun belum maksimal. Setidaknya sudah memberikan nama baru dalam keluarga. Terimakasih.
11. Kepada abangda tercinta Muhammad Alwendy Surya Pratama, S.Pd yang selalu memberikan bantuan baik moril maupun perhatian selama ini, yang selalu jadi tempat cerita dan mengadu masalah keuangan.
12. Kepada adik tercinta Windi Tri Asmara dan Wanda Surya Andana yang selalu menjadi alasan saya mengapa saya harus kuliah.
13. Kepada Keluarga Besar Sandy's Fams yang selalu mendokan. Kalian luar biasa. Sepupu saya Wafiq, Dila, Nurul terimakasih.
14. Kepada teman-teman EKI-E angkatan 2017. Terimakasih telah kebersamai selama 4 tahun ini. Terimakasih buat temen-temen dekat saya Dian, Arinal, Hadi, Haspar, Hilmy, yang selalu ada buat saya. Yang selalu mendukung saya terima kasih. Dan semoga segera menyusul
15. Kepada Kepala dan Seluruh Staf Dinas Pariwisata yang memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian.
16. Kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Pihak travel dan para responden.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak di atas, atas semua dukungan dan bimbingan kepada peneliti. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti juga mengucapkan permohonan maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran dan masukan yang membangun diharapkan dapat memperbaiki isi skripsi ini. Akhir kata semoga dapat memberikan manfaat semua pihak.

Medan, Agustus 2021

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wenda Isnani Mandasari', written in a cursive style.

Wenda Isnani Mandasari

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan	11
F. Manfaat Penelitian	11

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Teori Permintaan.....	13
1. Pengertian Permintaan	13
2. Hukum Permintaan.....	14
3. Kurva Permintaan.....	15
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan	16
5. Permintaan dalam Perspektif Islam.....	18
B. Teori Pariwisata	23
1. Pengertian Pariwisata	23
2. Jenis Pariwisata	24
3. Pengertian Wisatawan.....	25
4. Aspek Ekonomi Pariwisata	27
C. Permintaan Pariwisata	28
D. Teori Pelayanan.....	28
E. Teori Biaya Perjalanan	28

F. Teori Sarana dan Prasarana	29
G. Surplus Konsumen	32
H. Valuasi Ekonomi	34
I. <i>Travel Cost Method</i>	35
J. Penelitian Terdahulu	38
K. Kerangka Teoritis.....	40
L. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	44
B. Waktu dan Tempat Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	45
D. Definisi Operasional Variabel.....	47
E. Jenis dan Sumber Data	50
F. Metode Analisis Data	53
1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	53
2. Uji Asumsi Klasik	54
3. Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Batu Bara	58
B. Gambaran Umum Objek Wisata Pulau Pandang	59
1. Sejarah Objek Wisata Pulau Pandang	59
2. Letak Geografis Objek Wisata Pulau Pandang	59
C. Karakteristik Responden	60
1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	61
3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	62
D. Hasil Pengolahan Data	62
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	62
2. Uji Asumsi Klasik	66
3. Uji Hipotesis	71
4. Valuasi Ekonomi dengan metode TCM.....	77

E. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara	5
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara	5
Tabel 1.3 Jumlah Devisa Sektor Pariwisata	6
Tabel 1.4 Jumlah Pekerja pada Industri Pariwisata	6
Tabel 1.5 Jumlah Kunjungan ke Pulau Pandang.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	
Tabel 3.1 Definisi Operasional Varabel.....	
Tabel 3.2 Skala Likert	53
Tabel 4.1 Karakteristik Resonden berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Resonden berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Karakteristik Resonden berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X1).....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Biaya Perjalanan (X2)	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Sarana dan Prasarana (X3)	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Jumlah Permintaan (Y).....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolenearitas	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji t	72
Tabel 4.13 Hasil Uji f.....	74
Tabel 4.14 Hasil uji Determinasi	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi	76
Tabel 4.16 Hasil Uji regresi Variabel Biaya Perjalanan	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Kabupaten Batu Bara.....	4
Gambar 1.2 Gambar Objek Wisata Pulau Pandang	7
Gambar 2.1 Pergeseran Kurva Permintaan	16
Gambar 2.2 Surplus Konsumen	33
Gambar 2.3 Krangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	67
Gambar 4.2 Grafik P-Plot	68
Gambar 4.3 Scatterplot.....	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan Alam yang melimpah dengan berbagai macam kebudayaan, adat serta agama yang tentunya dapat dimanfaatkan dalam bidang kepariwisataan sebagai sektor komoditi yang sangat baik bagi perekonomian dan sebagai penghasil devisa negara ke dua setelah minyak bumi dan gas alam.

Sejak tahun 1978 pemerintah terus berusaha mengembangkan kepariwisataan dalam meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian nasional.¹

Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan wisata melimpah itu mampu mengatasi masalah-masalah mendasar dengan penguatan ekonomi dari penerimaan devisa/pendapatan daerahnya dengan itulah sebagai negara yang memiliki keragaman melimpah Indonesia dapat mengembangkan potensinya, misalnya dari segi pariwisata sebab wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencari atau menikmati keindahan pariwisata Indonesia sehingga memberikan efek domino bagi dalam maupun luar negeri, bila dari luar negeri negara kita semakin terkenal maka bagi dalam negeri negara kita dapat menambah devisa guna mengangkat kesejahteraan masyarakat yang ada saat ini.

Pariwisata menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari migas dan pajak. Saat ini Indonesia sebagai salah satu negara berkembang mulai mempromosikan negaranya guna menarik pandangan mata Dunia lain, hal ini dimaksudkan agar Indonesia semakin terkenal bagi warga/penduduk negara lain untuk

¹ Benni Olan Hutapea, “Strategi Pemerintah dalam Pengembangan Kawasan Wisata Muara Kabupaten Tapanuli Utara Provinsu Sumatera Utara Tahun 2015”. JOM FISIP. Vol. 4 No. 1, Februari 2017, h. 2

berkunjung ke Indonesia. Promosi-promosi yang dilakukan adalah menjual keragaman wisata dan budaya Indonesia, hal ini ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke Indonesia.²

Industri pariwisata merupakan salah satu sarana yang tepat dalam meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat baik lokal maupun global. Pariwisata mempunyai dampak dan manfaat yang banyak, di antaranya selain menghasilkan devisa negara dan memperluas lapangan pekerjaan, sektor pariwisata bertujuan untuk menjaga kelestarian alam dan mengembangkan budaya lokal. Salah satu jenis wisata yang berkembang di Indonesia adalah jenis wisata bahari. Hal ini di karenakan Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri atas ribuan pulau besar dan kecil, seluruhnya mencakup 17.508 pulau dengan garis pantai lebih dari 81.000 km serta memiliki potensi sumber daya pesisir dan lautan yang sangat besar.³

Pariwisata merupakan salah satu Industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. James J. Spilane (1989) dalam Badrudin (2000) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mencari kepuasan, mencari sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.⁴ Salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan wisatanya adalah Provinsi Sumatera Utara.

Provinsi Sumatera Utara terletak pada 1° - 4° Lintang Utara dan 98° - 100° Bujur Timur, luas daratan Provinsi Sumatera Utara 72.981,23 Km². Sumatera Utara sendiri merupakan salah satu daerah di Indonesia yang

² Deddy Prasetya Maha Rani, “*Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep Jawa Timur*”. Jurnal Politik Muda. Vol. 3 No. 2, Agustus – September 2014, h. 413

³ Achadiat Dritasto dan Annisa Ayu Anggreani, “*Analisis Dampak Ekonomi Wisata Bahari Terhadap Pendapatan Masyarakat di Pulau Tidung*”. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional. Vol. xx No. X, h. 2

⁴ Irma Afia dan Indah Susilowati, “*Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*”. Dinamika Pembangunan. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 154

memiliki pariwisata yang beragam dengan keindahan alamnya. Potensi kekayaan alam yang besar membuat daya tarik tersendiri terhadap wisatawan yang ingin berkunjung ke Sumatera Utara. Dengan adanya wisatawan yang datang ke Sumatera Utara, diharapkan mampu menopang roda perekonomian masyarakat sekitarnya. Besarnya minat wisatawan nusantara maupun mancanegara dari tahun ke tahun membuat Sumatera Utara memiliki peningkatan yang pesat dalam hal pariwisatanya.⁵

Di provinsi Sumatera Utara kita sudah mengetahui banyaknya objek wisata yang dapat memberikan peluang bagi pembangunan ekonomi. Di provinsi Sumatera Utara terdapat beberapa potensi yang dikembangkan, baik itu wisata alam, wisata budaya maupun wisata religi yang tersebar di beberapa daerah dan beberapa objek wisatanya ada yang terkenal hingga mancanegara. Dan itu sudah terbukti ketika banyaknya wisatawan mancanegara yang berwisata ke Sumatera Utara, baik dari Malaysia, Singapura, Thailand dan lain sebagainya.⁶

Provinsi Sumatera Utara merupakan provinsi yang sangat dikenal karena memiliki daerah wisata yang banyak pada setiap kabupaten bahkan kecamatan yang ada di Sumatera Utara. Salah satu kabupaten yang kaya akan tempat wisata adalah kabupaten Batu Bara

Kabupaten Batu Bara terletak antara 2°03'00"-3°26'00"LU, dan 99°01'00"-100°00'00"BT, merupakan salah satu kabupaten yang berada pada kawasan Pantai Timur Sumatera Utara.

⁵ Ruri Eka Pranata, Samuel Palentino Sinaga dan Anjar Wanto, "*Estimasi Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Sumatera Utara Menggunakan Jaringan Saraf*". *Seman TIK*. Vol. 4 No. 1, Januari – Juni 2018, h. 98

⁶ Normaika Hutasoit, "*Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Jumlah Hunian Hotel Terhadap Penerimaan SUB Sektor PDRB Industri Pariwisata di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2004-2013*". *JOM Fekon*. Vol. 4 No. 1, Februari 2017, h. 649



Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara, 2019

Gambar 1.1

Peta Kabupaten Batu Bara

Letaknya diapit oleh tiga kabupaten dan satu selat, yaitu:

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kab. Serdang Bedagai
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kab. Asahan
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kab. Simalungun
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Selat Malaka.

Kabupaten Batu Bara memiliki luas wilayah sebesar 904,94 Km² (90,496 Ha).⁷ Secara administratif Kabupaten Batu Bara terdiri dari 7 Kecamatan serta 100 desa/kelurahan definitif. Sektor pertanian, perternakan, kehutanan dan perikanan menjadi sektor utama dalam potensi perekonomian di Batu Bara. Di posisi kedua diduduki oleh sektor Industri pengilangan. Dan di posisi terakhir lapangan usaha penyumbang terkecil adalah sektor jasa-jasa. Padahal selain sektor-sektor tersebut diatas, Kabupaten Batu Bara memiliki sumber potensial lain yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakatnya. Salah satu sumber potensial

⁷ Melvia Yundha Cantika Simatupang, Muhammad Ali Sarung dan Maria Ulfah, "Keanekaragaman Echinodermata dan Kondisi Lingkungan Perairan Dangkal Pulau Pandang Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara". Jurnal Ilmiah Kelautan dan Perikanan Unsyiah. Vol. 2 No. 1 : 97 – 103, Februari 2017, h. 98

tersebut adalah sektor pariwisata.⁸ Beberapa Objek Wisata di Kabupaten Batu Bara antara lain adalah :

1. Istana Niat Lima Laras
2. Kubah Datuk Keramat Batu Bara
3. Danau Laut Tador
4. Pantai Perjuangan
5. Pantai Sejarah
6. Pantai Bunga
7. Wisata Alam Datuk
8. Pulau Pandang
9. Pulau Salah Nama
10. Kain Tenun Batu Bara⁹

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Data	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah Wisatawan Mancanegara	0	0	0	0	0	0

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

Tabel 1.2

Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara

Data	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah Wisatawan Nusantara	4.920	5.400	6.211	6.213	7.118	7.216

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

⁸ RPI2JM Kabupaten Batu Bara 2015-2019

⁹ Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

Tabel 1.3
Jumlah Devisa Sektor Pariwisata

Data	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah Devisa Sektor Pariwisata	8.000.000	10.000.000	114.000.000	16.500.000	24.000.000	43.500.000

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

Tabel 1.4
Jumlah Pekerja pada Industri Pariwisata dalam Proporsi terhadap total pekerja

Data	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah Pekerja pada Industri Pariwisata dalam Proporsi terhadap total Pekerja	78	84	95	100	112	130

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Batu Bara tidak ada dari tahun 2014-2019. Kemudian di tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara Kabupaten Batu Bara tiap tahun memiliki peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Di tabel 1.3 terlihat bahwa devisa dari sektor pariwisata di Kab. Batu Bara mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dan di tabel 1.4 terlihat bahwa jumlah pekerja pada Industri pariwisata dalam proporsi terhadap total pekerja juga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Ini berarti sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki sumber potensial lain yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakatnya.

Salah satu objek wisata yang sangat terkenal di Kab. Batu Bara ini adalah Objek Wisata Pulau Pandang. Pulau pandang adalah pulau yang terletak disebelah utara dari Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara yang memiliki areal pantai yang sangat indah dan dikelilingi air laut yang biru dan jernih. Pulau ini juga merupakan tempat bertelurnya penyu secara berkala, juga sebagai tempat penakaran penyu dan menjadi tempat

pembudidayaan rumput laut, sekarang pulau ini berfungsi menjadi tempat navigasi pelayaran di Selat Malaka.¹⁰



Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

Gambar 1.2

Gambar Objek Wisata Pulau Pandang Kabupaten Batu Bara

Pulau Pandang merupakan salah satu pulau yang terdapat di Perairan Selat Malaka. Pulau Pandang memiliki luas sekitar 7 hektar, dengan panjang pantai 2-3 hektar. Kawasan perairan Pulau Pandang memiliki ekosistem terumbu karang, pantai berpasir, dan pantai berbatu.

Lokasi Pulau Pandang terletak di Desa bongak, Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara dengan luas wilayah lebih kurang 16 ha. Letak koordinat Pulau ini yaitu : 99° 45' 27,775'' Bt dan 03° 25' 17,924'' LU.

Pulau Pandang adalah sebuah pulau yang berjarak lebih kurang 14 mil dari Pelabuhan Tanjung Tiram atau dapat ditempuh selama 2 jam perjalanan. Pulau ini biasanya kaum nelayan menyebutnya Pulau si angsa dua, karena bentuk fisiknya yang mirip dengan unggas berleher panjang "angsa". Sementara penduduk asli Batu Bara biasa menyebutnya ini Pulau Pandan karena sekitar pulau ini banyak di tumbuhi tumbuhan pandan, tetapi

¹⁰ *Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara*

para wisatawan lebih banyak mengenal pulau ini dengan nama Pulau Pandang.¹¹ Berikut tabel daftar pengunjung ke Objek Wisata Pulau Pandang :

Tabel 1.5
Data Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang
Kabupaten Batu Bara

Bulan	2017		2018		2019		2020	
	Pulang Hari	Bermalam						
Januari	88 orang	44 orang	71 orang	28 orang	70 orang	29 orang	40 orang	25 orang
Februari	79 orang	35 orang	83 orang	17 orang	73 orang	31 orang	35 orang	17 orang
Maret	65 orang	23 orang	69 orang	33 orang	68 orang	22 orang	50 orang	24 orang
April	66 orang	24 orang	74 orang	36 orang	84 orang	21 orang	64 orang	15 orang
Mei	94 orang	34 orang	75 orang	23 orang	73 orang	23 orang	45 orang	23 orang
Juni	77 orang	24 orang	102 orang	45 orang	82 orang	53 orang	55 orang	22 orang
Juli	81 orang	13 orang	64 orang	18 orang	93 orang	27 orang	70 orang	13 orang
Agustus	57 orang	23 orang	73 orang	12 orang	91 orang	38 orang	70 orang	17 orang
September	78 orang	21 orang	72 orang	29 orang	91 orang	11 orang	64 orang	22 orang
Oktober	53 orang	48 orang	76 orang	32 orang	78 orang	24 orang	85 orang	17 orang
November	68 orang	33 orang	80 orang	12 orang	80 orang	6 orang	74 orang	14 orang
Desember	91 orang	34 orang	97 orang	65 orang	98 orang	24 orang	85 orang	26 orang
Total	897	356	936	350	910	309	647	235

Sumber : Travel objek wisata Pulau Pandang

Dari tabel 1.5 menunjukkan bahwa objek wisata Pulau Pandang ini termasuk salah satu objek wisata di Kabupaten Batu Bara yang memiliki jumlah pengunjung dalam jumlah besar setiap tahunnya. Sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan dan menjadi salah satu objek wisata potensial

¹¹ Melvia Yundha Cantika Simatupang, Muhammad Ali Sarung dan Maria Ulfah, "Keanekaragaman Echinodermata dan Kondisi Lingkungan Perairan Dangkal Pulau Pandang Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara". Jurnal Ilmiah Kelautan dan Perikanan Unsyiah. Vol. 2 No. 1 : 97 – 103, Februari 2017, h. 98

di Kabupaten Batu Bara. Panorama yang Indah, udara yang sejuk, pantai pasir putih yang luas, serta keindahan alam yang asri membuat setiap pengunjung memiliki kenangan tersendiri di pulau ini.

Jika mengikuti travel trip, para pengunjung harus membayar mulai dari 170 – 250 ribu rupiah untuk perjalanan pulang pergi. Sedangkan untuk pengunjung yang ingin bermalam, pengunjung harus merogoh kocek 250-500 ribu rupiah per malam.

Pemanfaatan sumber daya alam dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan pariwisata di suatu objek wisata tersebut, seperti pengembangan pariwisata yang dilakukan di Pulau Pandang. Namun tidak serta merta pemanfaatan sumber daya alam yang bertujuan untuk pembangunan di kawasan objek wisata dilakukan tanpa mengindahkan kelestarian sumber daya alam di objek tersebut. Rusaknya sumber daya alam pada objek wisata tertentu akan sangat berpengaruh pada keinginan wisatawan untuk membayar (*willingness to pay*). Oleh sebab itu perlu dihitung nilai ekonomi objek wisata Pulau Pandang dengan menghitung biaya perjalanan meliputi biaya konsumsi, biaya penyebrangan, biaya transportasi pulang pergi dan biaya lainnya.

Dari latar belakang masalah di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung ke objek wisata pulau pandang mengalami penurunan dari tahun 2019 hingga tahun 2020 untuk itu penulis tertarik meneliti dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan wisatawan untuk datang ke pulau pandang ini. Dan melihat berapa besar valuasi atau nilai ekonomi objek wisata pulau pandang ini jika dilihat dari metode biaya perjalanan (*travel cost method*). Untuk itu penulis mengambil judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Valuasi Ekonomi Objek Wisata Dengan Pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara)**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, diduga ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan ke objek wisata Pulau Pandang, yaitu adalah pendapatan wisatawan, jarak dari rumah ke objek wisata, umur wisatawan, biaya perjalanan ke objek wisata, waktu perjalanan, biaya konsumsi, biaya penginapan, lama perjalanan, pelayanan travel, sarana dan prasarana serta fasilitas di objek wisata, keindahan alam serta fasilitas-fasilitas lainnya yang disajikan di objek wisata tersebut.

C. Batasan Masalah

Agar tidak menyebar luas penulis membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu penulis hanya akan membahas :

1. Pengaruh Pelayanan terhadap jumlah permintaan wisatawan ke objek Wisata Pulau Pandang
2. Pengaruh Biaya perjalanan pulang pergi terhadap permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang
3. Pengaruh Sarana dan Prasarana terhadap permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang

D. Rumusan Masalah

Masalah merupakan kesenjangan antara satu tesis (teori, pikiran atau keyakinan umum) dengan kenyataan yang sesungguhnya, atau adanya kesenjangan antara dua atau beberapa tesis, sehingga memerlukan pemecahan.¹²

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah Pelayanan mempengaruhi jumlah permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang?
2. Apakah Biaya Perjalanan mempengaruhi permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang?

¹² Amiur Naruddin, Muhammad Iqbal, Faisar Ananda, Muhammad Jamil, Azhari Akmal Tarigan, Chuzaimah Batubara, Sugianto, *Metodologi Penelitian Ilmu Syariah*, (Banung : Citapustaka Media Perintis, 2010), h. 67

3. Apakah Sarana dan Prasarana mempengaruhi permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang?
4. Apakah Pelayanan, Biaya Perjalanan, dan Sarana dan Prasarana mempengaruhi permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang?
5. Berapakah valuasi atau nilai ekonomi yang diperoleh objek wisata Pulau Pandang dengan menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM)?

E. Tujuan

1. Untuk mengetahui apakah Pelayanan mempengaruhi permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang
2. Untuk mengetahui apakah biaya perjalanan mempengaruhi permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang
3. Untuk mengetahui apakah Sarana dan Prasarana mempengaruhi permintaan wisatawan ke objek wisata Pulau Pandang
4. Untuk mengetahui apakah Pelayanan, Biaya Perjalanan, dan Sarana dan Prasarana mempengaruhi permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang
5. Untuk mengetahui berapakah valuasi atau nilai ekonomi yang diperoleh objek wisata Pulau Pandang dengan menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM)

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis
Yaitu sebagai pelajaran baru tentang nilai ekonomi suatu pariwisata, artinya setiap tempat wisata ternyata memiliki nilai ekonomi tersendiri dengan metode yang digunakan.
2. Bagi Pembaca
Dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai valuasi ekonomi suatu objek wisata serta dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengelola objek wisata Pulau Pandang mengenai

faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Pulau Pandang dan merumuskan kebijakan-kebijakan pengelolaan objek wisata pulau pandang. Serta sebagai bahan referensi dan sebagai sumbang saran bagi instansi atau lembaga yang berwenang dalam rangka membimbing pengembangan pariwisata di Kabupaten Batu Bara

3. Bagi Akademik

Sebagai bahan untuk menambah referensi serta untuk penelitian– penelitian yang sejenis tentang analisis permintaan, valuasi ekonomi ataupun pariwisata dalam menyusun karya ilmiah selanjutnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Teori Permintaan

1. Pengertian Permintaan

Beberapa ahli ekonomi menjelaskan definisi permintaan sebagai berikut ; (1) Permintaan merupakan hubungan antara jumlah permintaan dengan harga. (2) Permintaan menunjukkan tingkat permintaan akan suatu barang atau jasa dari konsumen. (3) Permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta konsumen dengan harga barang. (4) Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada periode tertentu. (5) Permintaan adalah hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga. Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan permintaan merupakan hubungan antara jumlah barang dan jasa yang diminta pada pasar tertentu pada tingkat harga tertentu dalam periode waktu tertentu.¹

Dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*Demand*) mempunyai arti tertentu yaitu selalu menunjukkan pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama atau *ceteris paribus*.²

Permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Sedangkan menurut Nopirin permintaan adalah berbagai kombinasi

¹ Rini Elvira, "Teori Permintaan (Komparasi dalam Perespektif Ekonomi Konvensional dengan Ekonomi Islam)". Jurnal Islamika. Vol. 15 No. 1 tahun 2015, h. 48

² Fredy Herminto, "Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan". Jom FEKOM. Vol. 2 No. 1, Februari 2015

harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.³

2. Hukum permintaan

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu kurva yang menyatakan “*Makin rendahnya harga suatu barang maka makin banyaknya permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin rendahnya permintaan terhadap suatu barang tersebut*”⁴

Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain diasumsikan tetap. Sehingga semakin tinggi harganya, semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya, semakin tinggi jumlah barang yang diminta.⁵

Sifat hubungan antara jumlah barang yang diminta dapat dijelaskan melalui hukum permintaan. Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu komoditas maka akan semakin banyak komoditas yang diminta, sebaliknya makin tinggi harga suatu komoditas maka akan semakin sedikit jumlah komoditas yang diminta (dengan asumsi faktor lain konstan atau *ceteris paribus*).⁶

Berdasarkan hukum permintaan dapat disimpulkan bahwa sifat hubungan yang terjadi antara jumlah komoditas yang diminta dengan harga adalah hubungan terbaik. Artinya ketika salah satu variabel naik maka variabel lainnya akan mengalami penurunan. Sifat hubungan ini terjadi karena ketika harga komoditas naik maka konsumen akan

³ Irma Afia dan Indah Susilowati, “*Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*”. *Dinamika Pembangunan*. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 154

⁴ Imsar, “*Ekonomi Mikro Islam*”. (Medan : FEBI UIN-SU Press, 2018), h. 7

⁵ Irma Afia dan Indah Susilowati, “*Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*”. *Dinamika Pembangunan*. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 154

⁶ Ida Nuraini, “*Pengantar Ekonomi Mikro*”. (Malang : Ummppress Malang 2016), h. 13

mengurangi pembelian dan berpindah membeli komoditas pengganti, sebaliknya jika harga komoditas turun maka pembeli akan mengurangi pembelian komoditas pengganti dan akan menambah pembelian terhadap komoditas yang mengalami penurunan harga. Alasan lainnya adalah kenaikan harga suatu komoditas yang tidak diikuti dengan kenaikan pendapatan konsumen akan mengurangi daya beli konsumen yang pada akhirnya akan membuat konsumen mengurangi pembelian terhadap komoditas yang mengalami kenaikan harga.⁷

3. Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah kurva atau diagram yang melambangkan skedul atau hukum permintaan. Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli.

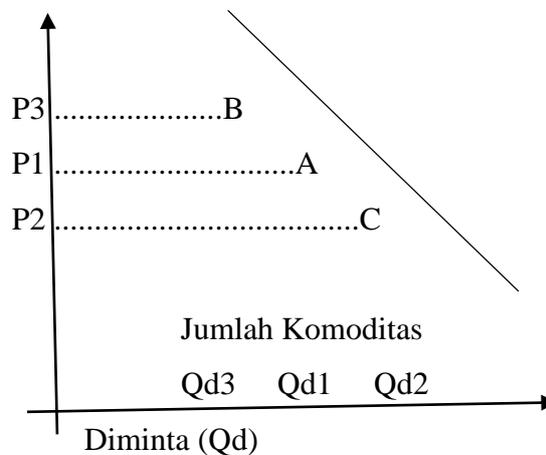
Dari kedua pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kurva permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli yang melambangkan skedul atau hukum permintaan.⁸

Hubungan antara faktor penentu permintaan dengan permintaan dapat dijelaskan melalui suatu kurva permintaan, yaitu suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan harga komoditas dengan jumlah komoditas yang diminta pembeli. Kurva permintaan memiliki slope negatif karena kenaikan harga akan menurunkan jumlah komoditas yang diminta, sehingga kurva permintaan bergerak dari kiri atas menuju kanan bawah seperti yang terlihat pada gambar ini :⁹

⁷ Rini Elvira, "Teori Permintaan (Komparasi dalam Perespektif Ekonomi Konvensional dengan Ekonomi Islam)". Jurnal Islamika. Vol. 15 No. 1 tahun 2015, h. 49

⁸ Yopi Nisa Febianti, "Permintaan dalam Ekonomi Mikro". Edunomic. Vol. 2 No. 1 Tahun 2014, h. 18

⁹ Rini Elvira, "Teori Permintaan (Komparasi dalam Perespektif Ekonomi Konvensional dengan Ekonomi Islam)". Jurnal Islamika. Vol. 15 No. 1 tahun 2015, h. 50



Sumber : Sarnowo dan Sunyoto

Gambar 2.1
Pergeseran Kurva Permintaan

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Beberapa faktor permintaan selain harga menurut Mc. Eachern adalah sebagai berikut :

a. Pendapatan

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

b. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.

c. Harga Barang-barang yang Berkaitan

Substitusi dan komplementer. Substitusi dan komplementer dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang

yang berkaitan. Jika barang X dan Y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang Y turun sedangkan harga barang X tetap, konsumen akan membeli barang X lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang X dan Y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang Y akan menaikkan permintaan barang X dan kenaikan harga barang Y akan menurunkan permintaan barang X.

- d. Perubahan Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan
Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10 % per tahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif pada sumbu vertikal)
- e. Penduduk
Seringkali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian (dengan pendapatan per kapita konstan) menggeser permintaan pasar ke kanan. Ini berlaku untuk sebagian besar barang.¹⁰

Faktor-faktor yang mempengaruhi sedikit banyaknya yang diminta oleh konsumen antara lain disebabkan oleh :

- a. Intensitas kebutuhan
- b. Selera konsumen (*taste*)
- c. Pendapatan konsumen (*costumer income*)
- d. Harga barang substitusi dan barang komplementer
- e. Jumlah penduduk

¹⁰ Irma Afia dan Indah Susilowati, "Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost". *Dinamika Pembangunan*. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 155

- f. Ekspektasi konsumen tentang harga; dan
- g. Periklanan ¹¹

5. Permintaan dalam Perspektif Islam

Secara keseluruhan teori permintaan dalam perspektif mikroekonomi konvensional hampir sama dengan teori permintaan dalam perspektif mikroekonomi Islam, namun ada batasan-batasan syari'ah yang harus diperhatikan oleh setiap muslim dalam meminta atau membeli sejumlah komoditas¹⁸. Islam mengharuskan seorang muslim untuk membeli dan menggunakan komoditas yang halal dan thayyib, dan meninggalkan komoditas haram. Dalam Islam sudah cukup jelas diklasifikasikan yang mana komoditas halal dan haram, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Surah An-Nahl (16) : 114, QS. Surah Al Baqarah (2):168 dan 173, QS. Surah AlMaa'idah (5) : 87-88, telah memberikan batasan dalam membeli dan menggunakan suatu komoditas, yaitu¹²:

QS. An-Nahl (16) : 114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ عِبَادًا لِلَّهِ تَعْبُدُونَ¹³

Artinya : Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.

QS. Al-Baqarah (2) : 173

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ¹⁴

¹¹ Yopi Nisa Febianti, "Permintaan dalam Ekonomi Mikro". Edunomic. Vol. 2 No. 1 Tahun 2014, h. 17

¹² Muhammad, "Ekonomi Mikro Islam". (Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA, 2019), h. 115

¹³ Al-Qur'an Al-Karim. Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015

¹⁴ Al-Qur'an Al-Karim. Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015

Artinya : Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang.

QS. Al-Maidah (5) : 87-88

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ¹⁵

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas (87). Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikkan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya (88).

QS. An-Nisa (4) : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha Penyayang kepadamu¹⁶

¹⁵ Al-Qur'an Al-Karim. Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015

¹⁶ Yenni Samri Juliati Nasution, *Pasar uang dan Pasar Modal suatu pengantar*, (Medan : Febi Press, 2018), h. 6

QS. Al-Baqarah (2) : 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ¹⁷

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Adapun tafsir dari QS. Al-Baqarah (2) : 168 yaitu ; Allah SWT menjelaskan pada ayat-ayat sebelumnya (Surah Al-Baqarah) tentang tauhid, tiada sesembahan yang hak kecuali Allah. Allah pula yang maha pencipta dan pada ayat ini, Allah menegaskan diriya sebagai razzaq (pemberi rezeki) untuk seluruh makhluknya. Ayat di atas diawali dengan frasa ya ayyuha al-nas yang berarti perintah tersebut ditujukan kepada seluruh manusia. Makan merupakan kebutuhan universal. Bukan saja manusia apapun suku dan bangsanya makhluk Allah lainnya seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan juga membutuhkan makanan. Oleh sebab itu, Allah serukan kepada makhluknya untuk menikmati makanan yang buruk dan menjijikkan. Perintah ini sebagai perintah yang penting karena memiliki persentuhan dengan tauhid. Orang yang memakan makanan yang jelek, syaitan juga mengajak manusia untuk menghalalkan apa yang telah diharamkan Allah. Jika seseorang sudah mengikuti langkah-langkah syaitan, bukankah orang ini telah terganggu tauhidnya.

Makanlah sesuatu yang halal (halalan) lagi baik (tayyiban). Di antara makna halal disebut di dalam Alquran sebanyak 6 kali adalah lawan dari haram. Kata halal berarti “lepas” atau “tidak terikat”. Sesuatu yang halal adalah yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi. Karena itu kata “halal” juga berarti boleh. Dalam bahasa hukum, kata ini mencakup sesuatu yang dibolehkan agama, baik kebolehan itu bersifat sunnah, anjuran untuk dilakukan, makruh (anjuran untuk ditinggalkan) maupun mubah (netral/boleh-boleh saja). Karena itu boleh jadi ada

¹⁷ Al-Qur'an Al-Karim. Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015

sesuatu yang halal tetapi tidak dianjurkan atau dengan kata lain hukumnya makhruh.¹⁸

Quraish Shihab dalam Tafsir al-Misbah menjelaskan bawah komoditas yang dikategorikan haram ada dua yaitu haram karena zatnya, dan haram karena merugikan diri sendiri, tidak diizinkan pemiliknya. Sedangkan komoditas yang halal adalah komoditas yang tidak termasuk dalam dua macam ini. Islam juga melarang seorang muslim untuk berperilaku israf atau berlebih-lebihan dalam membelanjakan pendapatan sekalipun komoditas yang di beli adalah komoditas halal. Dengan adanya aturan-aturan syari'ah yang mengikat setiap muslim seperti halal-haram suatu komoditas, maka pembahasan teori permintaan Islam lebih ditekankan kepada permintaan komoditas halal, komoditas haram, dan hubungan antara keduanya.

Teori permintaan menjelaskan sifat hubungan antara tingkat harga komoditas dengan jumlah komoditas yang diminta dimana hubungan ini dapat dijelaskan melalui hukum permintaan yang mengatakan bahwa semakin rendah harga suatu komoditas maka akan semakin banyak jumlah komoditas yang diminta, begitupun sebaliknya. Di samping tingkat harga masih terdapat faktor lain yang memengaruhi jumlah komoditas yang diminta, di antaranya harga komoditas berkaitan, pendapatan, distribusi pendapatan, corak distribusi pendapatan, selera, jumlah penduduk, dan ekspektasi harga dimasa datang.¹⁹

Secara garis besar dalam perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi Islam konsep teori permintaan dianggap hampir sama. Perbedaan mendasar terletak pada sumber hukum yang digunakan, adanya batasan syari'ah dalam teori permintaan Islami, sudut pandang yang berbeda tentang komoditas serta tujuan yang ingin dicapai. Sumber hukum utama teori permintaan Islami adalah Al-Qur'an, Hadist dan Sunnah Rasulullah SAW. Sementara dasar permintaan konvensional

¹⁸ Azhari Akhmal Tarigan, "*Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*", (Medan : FEBI UIN – SU Press, 2016), h. 188

¹⁹ Rini Elvira, "*Teori Permintaan (Komparasi dalam Perspektif Ekonomi Konvensional dengan Ekonomi Islam)*", Jurnal Islamika, Vol. 15 No 1 tahun 2015 h. 52

adalah akal manusia yang seringkali tidak rasional saat membeli sejumlah komoditas, seringkali mereka akan membeli sejumlah komoditas dengan memperhatikan harga komoditas tanpa membedakan komoditas halal dan haram asalkan tercapai kepuasan dunia.

Sebaliknya seorang muslim yang memahami aturan syari'ah dengan baik hanya akan membeli komoditas yang halal dan thayyibsaja kecuali dalam keadaan darurat. Ketika seorang muslim dihadapkan pada 2 alternatif membeli barang halal dan haram maka dalam kondisi seperti ini hukum permintaan akan berlaku. Namun ketika seorang muslim dihadapkan pada pilihan komoditas halal dan haram, meskipun harga komoditas halal lebih tinggi dibandingkan komoditas haram, dia akan tetap memilih untuk membeli komoditas halal dikarenakan faktor keberkahan (masalah). Dalam kondisi seperti ini maka hukum permintaan tidak lagi berlaku. Begitu juga ketika seorang muslim berada dalam kondisi darurat sehingga terpaksa membeli dan menggunakan komoditas haram maka hukum permintaan juga tidak berlaku lagi.

Dengan memahami perbedaan yang terjadi antara teori permintaan konvensional dengan permintaan Islami, diharapkan sebagai seorang muslim kita dapat menerapkan dalam kehidupan pribadi dan sosial sehingga dapat meraih kebahagiaan dunia dan akhirat (masalah).²⁰

B. Teori Pariwisata

1. Pengertian pariwisata

Pariwisata dalam arti modern adalah fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai

²⁰ Rini Elvira, "Teori Permintaan (Komparasi dalam Perspektif Ekonomi Konvensional dengan Ekonomi Islam)", Jurnal Islamika, Vol. 15 No 1 tahun 2015 hal. 52

hasil dari perkembangan perniagaan, industri dan penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan (*distributor*).²¹

Pariwisata merupakan salah satu Industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Pariwisata sebagai kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mencari kepuasan, mencari sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.²²

Pariwisata adalah semua proses yang ditimbulkan oleh arus perjalanan lalu lintas orang-orang dari luar ke suatu negara atau daerah dan segala sesuatu yang terkait dengan proses tersebut seperti makan/minum, transportasi, akomodasi, dan objek atau hiburan.²³

Pariwisata adalah kegiatan rekreasi diluar doimisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktivitas, pariwisata telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang.²⁴

Pariwisata ialah aktivitas wisata oleh wisatawan di suatu tempat wisata. Pemenuhan atau pemuasan akan keperluan dan kemauan merupakan motivasi dari seseorang wisatawan.²⁵

²¹ Fiki Nurrohman Amin Sahara, Mohammad Iqbal, Brillyanes Sanawiri, "Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sketor Kerajinan", Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 35, No 2 Juni 2016, h. 148

²² Irma Afia dan Indah Susilowati, "Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost". Dinamika Pembangunan. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 155

²³ Oktaviani Fuji Lestari, "Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belit di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan". JOM Fekon. Vol. 4 No. 1, Februari 2017, h. 535

²⁴ Fredy Herminto, "Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan". Jom FEKOM. Vol. 2 No. 1, Februari 2015

²⁵ Nasrullah, dkk, "Pemasaran Pariwisata : Konsep Perencanaan dan Implementasi", (Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 66

2. Jenis pariwisata

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata, yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik customer untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, untuk mengendorkan ketegangan syarafnya, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan, dan sebagainya.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Sites*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

c. Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.

d. Pariwisata untuk Olahraga (*Sport Tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri.

e. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*Busines Tourism*)

Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya

sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai objek wisata dan jenis pariwisata lain.

f. Pariwisata untuk konvensi (*Convention Tourism*)

Banyak negara yang tertarik dan menggaap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang *convention tourism*.²⁶

3. Pengertian Wisatawan

Wisatawan memiliki empat ciri utama. Keempat ciri ini adalah : a). Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal berbagai tempat tujuan, b). Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari, karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan bekerja di tempat tujuan wisatawan, c). Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan karena perjalanannya yang bersifat sementara dan berjangka pendek, d). Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap di tempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah.

Wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu, a). *Domestik Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang mempunyai tempat di dalam negara yang bersangkutan, b). *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang-orang yang bukan penduduk di suatu negara, c). *Outbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain, d). *Internal Tourism* adalah merupakan kombinasi antara domestik dan outbound tourism, e). *International Tourism* adalah merupakan kombinasi inbound dan outbound tourism. Wisatawan dapat

²⁶ Irma Afia dan Indah Susilowati, "Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost". *Dinamika Pembangunan*. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 156

dibedakan lagi menjadi wisatawan internasional (mancanegara) adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya.²⁷

Wisatawan adalah pengunjung yang di negara yang dikunjunginya setidaknya-tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi. *World Tourism Organization* (WTO) wisatawan adalah setiap pengunjung yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari enam bulan di tempat yang dikunjunginya dengan maksud kunjungan antara lain :

- a. Berlibur, rekreasi dan olahraga
- b. Bisnis, mengunjungi teman, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, atau kegiatan keagamaan.

4. Aspek Ekonomi Pariwisata

Bagi suatu negara, pariwisata merupakan *invisible export* karena negara tidak perlu menjual komoditi tersebut ke luar negeri untuk mendatangkan devisa, dengan sendirinya devisa akan masuk ke negara yang mempunyai objek wisata. Oleh karena itu setiap negara selalu berusaha untuk mendorong industri pariwisatanya guna mendatangkan devisa. Selain itu pengembangan industri pariwisata juga bisa mendatangkan efek multiplier yang besar bagi perekonomian seperti berkembangnya industri jasa transportasi, perhotelan, perdagangan, dan berkembangnya sektor-sektor lainnya. Wisatawan itu bertindak dengan kehendak hatinya dan bebas memilih daerah wisata yang akan dikunjunginya, obyek dan atraksi wisata yang akan dilihatnya atau fasilitas serta produk apa yang dibutuhkan atau diinginkannya. Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda, namun sangat erat kaitannya dengan kebutuhan wisatawan selama

²⁷ Fiki Nurrohman Amin Sahara, Mohammad Iqbal, Brillyanes Sanawiri, "Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan", *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 35, No 2 Juni 2016, h. 148

dalam perjalanan wisata yang dilakukannya (*composite demand*). Lebih lanjut menurut Shmoll, faktor-faktor yang menentukan permintaan terhadap daerah kunjungan wisata antara lain :

1. Harga (*price*)
2. Daya tarik wisata (*tourist attractions*), fasilitas yang tersedia (*tourist facilities*), bentuk-bentuk pelayanan lainnya (*services*) seperti transportasi lokal, telekomunikasi, dan hiburan
3. Kemudahan-kemudahan untuk berkunjung (*accessibilities*) seperti sarana jalan, jembatan, tenaga listrik, atau persediaan air bersih.
4. *Pre travel services and informations*
5. *Images of tourist destination*

C. Permintaan Pariwisata

Permintaan wisata adalah banyaknya kesempatan wisata yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran total partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata secara umum yang dapat diharapkan apabila tersedia fasilitas yang memadai atau memenuhi keinginan masyarakat. Permintaan wisata dapat dibagi menjadi dua yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu.²⁸

D. Teori Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Dari beberapa uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang bersifat tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain untuk membantu orang lain agar pekerjaan tersebut dapat berjalan dengan lancar

²⁸ Fredy Herminto, "Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan". Jom FEKOM. Vol. 2 No. 1, Februari 2015

sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.²⁹

Menurut Parasuramen et al. Mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu *Reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty*, dan *Tangible*.

1. *Reability*, Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa asuransi, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang *agent* asuransi mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan cepat.
2. *Responsiveness*. Kemampuan untuk membantu pelanggaran memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada pelayanan dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan dan keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah asuransi, bisa dilihat dari kemampuan *agent* asuransi yang cepat memberikan pelayanan kepada nasabah dan cepat menangani keluhan mereka.
3. *Assurance*. Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Contohnya seperti di bank, asuransi, dan dokter. Oleh karena itu dalam sebuah jasa asuransi, kepastian menjadi hal yang sangat penting untuk dapat diberikan kepada nasabahnya seperti jaminan

²⁹ Siti Zubaidah dan Yeni Yulianti, "Peran Pelayanan Administrasi Keuangan pada Yayasan Amal Jaya di Masjid Raya Bintaro", Jurnal Seketari, Vol. 4 No. 2 Juni 2017

keamanan dan kemudahan di dalam mengikuti program asuransi.

4. *Empathy*. Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para *agent* harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada nasabah.
5. *Tangible*. Berapa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan *agent*.

E. Teori Biaya Perjalanan

Biaya perjalanan adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai di objek wisata dan biaya selama di objek wisata. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya lain yang relevan. Biaya perjalanan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam melakukan pariwisata. Semakin tinggi biaya perjalanan akan mempengaruhi wisatawan untuk mengurungkan niatnya dalam waktu dekat. Dan sebaliknya semakin rendah biaya perjalanan akan mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kegiatan pariwisata setiap adanya waktu.³⁰

F. Teori Sarana dan Prasarana

Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk

³⁰ Farah Fadila, "Analisis Pengaruh Pendapatan, Biaya Perjalanan, Lama perjalanan, fasilitas dan daya tarik terhadap jumlah kunjungan wisata hutan pinus Imogiri", Jurnal Universitas Islam Indonesia, 2018, h. 7

pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan sarana kualitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.

Dalam hubungannya dengan jenis dan mutu pelayanan sarana wisata di daerah tujuan wisata telah disusun suatu standar wisata yang baku, baik secara nasional dan secara Internasional, sehingga penyedia sarana wisata tinggal memilih atau menentukan jenis dan kualitas yang akan disediakan.

Sarana kepariwisataan terbagi atas :

1. Sarana pokok kepariwisataan, yang dimaksud dengan sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata, termasuk ke dalam kelompok ini adalah: travel agent dan tour operator, perusahaan-perusahaan angkutan wisata, hotel dan jenis akomodasi lainnya, bar dan restoran, serta rumah makan lainnya. Dalam penelitian Sara Violina dan Ida Bagus Suryawan yang berjudul “Kualitas Kebersihan Lingkungan Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata Pantai Sanur Kaja” menyebutkan bahwa sarana pokok kepariwisataan yang ada di Pantai Sanur Kaja adalah toko-toko, hotel dan restoran.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan, yaitu perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Termasuk kedalam kelompok ini adalah sarana olah raga seperti lapangan tenis, lapangan voli, kolam renang, permainan bowling, daerah pemancingan ikan, daerah untuk diving, berlayar, berselancar, serta sarana ketangkasan seperti permainan bola sodok.
3. Sarana penunjang kepariwisataan, yaitu perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi

fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah klub malam, steambath, casino.

Sedangkan prasarana (*infrastructures*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.

Lothar A. Kreck dalam bukunya *Internasional tourism dalam Yoeti* membagi prasarana atas dua bagian penting, yaitu :

1. Prasarana perekonomian

a) Pengangkutan (*Transportation*)

Transportasi di sini adalah sarana pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan bepergian di dalam lokasi wisata

b) Komunikasi

Tersedianya prasarana komunikasi akan dapat mendorong para wisatawan untuk mengadakan perjalanan jarak jauh. Dengan demikian wisatawan dapat dengan mudah untuk berkomunikasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Termasuk dalam kelompok ini diantaranya telepon, TV, surat kabar, internet, kantor pos.

c) Kelompok yang termasuk utilitas

Sarana utilitas adalah penerangan listrik, persediaan air minum, dan sumber energi

d) Sistem perbankan

Adanya pelayanan bank bagi para wisatawan berarti bahwa wisatawan mendapat jaminan mutu dengan mudah menerima atau mengirim uangnya dari dan negara asalnya tanpa

mengalami birokrasi pelayanan. Sedangkan untuk pembayaran lokal, wisatawan dapat menukarkan uangnya pada *money changer* setempat.

2. Prasarana sosial

Prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk dalam kelompok ini adalah

a) Pelayanan kesehatan

Harus ada jaminan bahwa di daerah tujuan wisata tersedia pelayanan bagi suatu penyakit yang mungkin akan diderita dalam perjalanan. Seperti klinik 24 jam sebagai pertolongan pertama, apotek, atau puskesmas. Seperti yang dicontohkan pada penelitian dalam penelitian Sara Violina dan Ida Bagus Suryawan yang berjudul “Kualitas Kebersihan Lingkungan Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata Pantai Sanur Kaja” yang menyebutkan pentingnya prasarana kesehatan bagi wisatawan yang berupa klinik 24 jam

b) Faktor keamanan

Perasaan tidak aman dapat terjadi di suatu tempat yang baru saja dikunjungi. Seperti perasaan was-was akan keselamatan diri ketika berkunjung ke tempat wisata. Untuk mengatasi hal ini perlu adanya prasarana seperti Life Guards atau pos-pos penjagaan yang dikelola oleh masyarakat setempat atau kepolisian

c) Petugas yang langsung melayani wisatawan

Termasuk dalam kelompok ini antara lain pelayanan ticketing, tour guide, dan travel agent lainnya yang berkaitan dengan pelayanan para wisatawan.³¹

³¹Wahyu Narendra, dkk, “Identifikasi kebutuhan sarana dan prasarana wisata berdasarkan persepsi pengunjung di Pantai sipelot Kab. Malang”, Jurnal Institut Teknologi Nasional Malang, 2017, h. 3

G. Surplus Konsumen

Surplus konsumen adalah keuntungan yang diperoleh konsumen karena membayar harga yang lebih rendah dari harga yang dapat mereka bayar. Atau selisih antara jumlah yang konsumen sedia bayarkan dengan yang harus dibayar. Surplus konsumen adalah keuntungan atas kelebihan dari yang diperkirakan. Konsumen mengalami surplus apabila harga yang dibayarkan untuk mendapatkan sejumlah komoditi lebih rendah dari yang diperkirakan atau dari yang mampu dibayarkan.³²

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab timbulnya surplus konsumen, karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama.³³

Surplus konsumen yaitu kelebihan atau perbedaan antara kepuasan total atau total utility (yang dinilai dengan uang) yang dinikmati konsumen dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu dengan pengorbanan totalnya (yang dinilai dengan uang) untuk memperoleh atau mengkonsumsi jumlah barang tersebut.³⁴

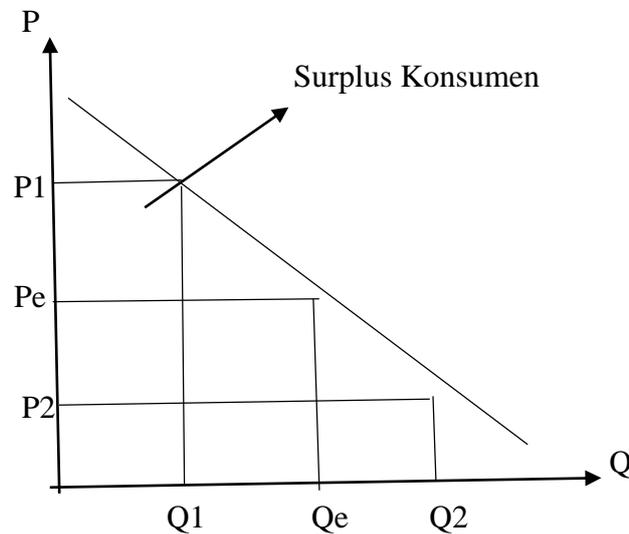
Surplus konsumen menunjukkan keuntungan yang diperoleh konsumen karena mereka membeli suatu komoditas. Keuntungan tersebut diperoleh oleh konsumen karena harga yang berlaku pada kondisi keseimbangan lebih rendah daripada harga yang mereka mau

³² Imsar, *Ekonomi Mikro Islam*, (Medan : FEBI UIN-SU Press, 2018), h. 68

³³ Irma Afia dan Indah Susilowati, "Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost". *Dinamika Pembangunan*. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 156

³⁴ Ichman Santi Kusumawardani, Iwang Gumila dan Iis Rostini, "Analisis Surplus Konsumen dan Surplus Produsen Ikan segar di Kota Bandung". *Jurnal perikanan dan Kelautan*. Vol. 3 No. 4, Desember 2012

bayarkan. dalam teori nilai guna, surplus konsumen menunjukkan terjadinya kelebihan kepuasan yang dinikmati oleh konsumen³⁵



Sumber : Joesron dan Fathorazzi (2012)

Gambar 2.2
Surplus Konsumen

H. Valuasi Ekonomi

Secara umum dapat didefinisikan bahwa valuasi ekonomi pada dasarnya adalah suatu upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar (*market value*) tersedia atau tidak. Akar dari konsep penilaian ini sebenarnya berdasar pada ekonomi neoklasikal (*neoklasical economic theory*) yang menekankan pada kepuasan atau keperluan konsumen. Berdasarkan pemikiran neoklasikal ini dikemukakan bahwa penilaian setiap individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar (*willingness to pay = WTP*), dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut.³⁶

³⁵ Sugiarto, dkk, "*Ekonomi Mikro*". (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 72

³⁶ Irma Afia dan Indah Susilowati, "*Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*". *Dinamika Pembangunan*. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 156

Salah satu tolak ukur yang relatif mudah dan biasa dijadikan persepsi bersama berbagai disiplin ilmu tersebut adalah dengan pemberian *price tag* (harga) pada barang dan jasa dihasilkan oleh sumberdaya alam dan lingkungan. Dengan demikian, kita menggunakan apa yang disebut dengan nilai ekonomi sumber daya alam.³⁷

Salah satu teknik valuasi ekonomi yang dapat digunakan untuk menilai jasa lingkungan berupa keindahan alam yang dimanfaatkan sebagai objek wisata dapat dilakukan dengan menggunakan metode biaya perjalanan atau *Travel Cost Method* (TCM).³⁸

Pembangunan yang terus terjadi sebagai bentuk dari adanya pengelolaan sumber daya alam maupun buatan untuk mendukung perekonomian dan kesejahteraan masyarakat semakin memberikan dampak untuk lingkungan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk tetap mempertahankan kegiatan perekonomian dan menjaga kelestarian lingkungan adalah dengan adanya pendekatan Valuasi Ekonomi.³⁹

I. *Travel Cost Method* (TCM)

Penentuan nilai ekonomi untuk sumber daya alam dan lingkungan seperti wisata alam dilakukan secara tidak langsung dengan pendekatan metode biaya perjalanan atau *Travel Cost Method* (TCM).⁴⁰

Konsep dasar dari metode *Travel Cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*Travel Cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata. Itulah yang disebut dengan

³⁷ Oktaviani Fuji Lestari, “Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belit di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan”. JOM Fekon. Vol. 4 No. 1, Februari 2017, h. 536

³⁸ Firman Zulpikar, Dandy E. Prasetyo, Titis Virginda Shelvatis, Kinta Karissa Komara dan Monica Pramudawardhani, “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran”. Journal of Regional and Rural Development Planning. Vol 1 No. 1, Februari 2017, h. 54

³⁹ Rita Parmawati, “Valuasi Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan Menuju Ekonomi Hijau”, (Malang : UB Press, 2019), h. 2

⁴⁰ Oktaviani Fuji Lestari, “Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belit di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan”. JOM Fekon. Vol. 4 No. 1, Februari 2017, h. 536

Willingness to pay (WTP) yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.⁴¹

Metode biaya perjalanan mendasarkan penilaian suatu objek lingkungan, misalnya situs rekreasi atau purbakala, pada biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai ke lokasi tersebut. Biaya ini termasuk biaya *Opportunity Cost* (biaya kesempatan) dari waktu yang dipakai mengunjungi dan berada di lokasi.⁴²

Penilaian dengan *Travel Cost Method* merupakan penggunaan pasar pengganti untuk menganalisis permintaan terhadap daerah rekreasi. Metode ini akan mengkaji jumlah uang yang dibayar dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi. Jumlah uang tersebut mencakup biaya transportasi, akomodasi, konsumsi, dokumentasi, tiket masuk, dan lain-lain. Biaya perjalanan di representasi sebagai nilai atau harga barang lingkungan tersebut. Namun selain biaya perjalanan, nilai suatu tempat wisata juga menggunakan variabel biaya perjalanan ke lokasi alternatif, pendapatan rumah tangga, satu set preferensi dan variabel tingkah laku.

Metode biaya perjalanan atau *travel cost method* kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) seperti memancing, berburu, hiking dan lain sebagainya. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi.⁴³

Metode biaya ini dapat digunakan untuk mengatur manfaat dan biaya akibat :

1. Perubahan biaya akses (tiket masuk) bagi suatu tempat rekreasi
2. Penambahan tempat rekreasi baru
3. Perubahan kualitas lingkungan tempat rekreasi

⁴¹ Irma Afia dan Indah Susilowati, "Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost*". *Dinamika Pembangunan*. Vol. 1 No. 2, Desember 2004, h. 158

⁴² Iwan J. Aziz, dkk, "*Pembangunan Berkelanjutan*", (Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2010), h. 35

⁴³ Fredy Herminto, "Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan". *Jom FEKOM*. Vol. 2 No. 1, Februari 2015

4. Pengunjung akan memberi respon yang sama terhadap perubahan harga karcis, dan jumlah biaya perjalanan
5. Perjalanan tidak merupakan suatu kepuasan, kepuasan di tempat rekreasi sama untuk setiap pengunjung tanpa melihat asal pengunjung.
6. Setiap rekreasi alternatif mempunyai kepuasan maksimum
7. Selera, preferensi, dan pendapatan pengunjung dianggap sama

Ada dua teknik yang digunakan dalam menentukan nilai Travel Cost

Method , yaitu :

1. Pendekatan melalui zonasi

Pendekatan melalui zonasi adalah pendekatan yang relatif simpel dan murah karena data yang diperlukan banyak mengandalkan data sekunder dan beberapa data sederhana dari responden saat survey. Pendekatan TCM dimulai dari analisis terhadap lokasi yang akan dituju dengan menentukan partisi area yang terdapat di sekitar lokasi tujuan. Setiap zona memiliki dugaan jumlah pengunjung dan populasi katakanlah untuk periode satu tahun. Tahap berikutnya adalah menduga biaya perjalanan dari lokasi asal ke lokasi tujuan.

2. Pendekatan individual TCM dengan menggunakan data sebagian besar dari survey. Pendekatan ini lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survey dan teknik statistika yang lebih kompleks. Kelebihannya adalah hasil yang didapat lebih akurat. Didalam menentukan fungsi permintaan untuk kunjungan wisata, pendekatan ini lebih menggunakan teknik ekonometrik seperti regresi sederhana.⁴⁴

Penggunaan biaya perjalanan menurut teori permintaan, mengatakan semakin tinggi biaya perjalanan maka permintaan akan manfaat wisata semakin rendah. Dalam melakukan perjalanan dari

⁴⁴ Gatot Yulianto, Achmad Fahrudin dan Nellyana Kusmaningsih, "Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari di Gili Trawangan Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat". Buletin Ekonomi Perikanan. Vol. V11 No. 2 Tahun 2007, h. 74

rumah sampai ke objek wisata, pengunjung akan memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi, sehingga pendekatan biaya perjalanan merupakan salah satu cara untuk menilai suatu barang yang tidak memiliki harga pasar yang dapat memberikan korelasi yang sangat dibutuhkan wisatawan dalam menghitung manfaat suatu objek wisata yang sudah berjalan dan berkembang. Data biaya perjalanan pengunjung dapat dijabarkan dalam bentuk tabulasi.⁴⁵

J. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan Penelitian ini, adalah :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mareta Aulya Puspita Dewy ⁴⁶	Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi, variabel biaya perjalanan tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi. Variabel jarak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi. Dan variabel keindahan berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi.
2.	Fitriani (2018) ⁴⁷	Determinan Permintaan Objek Wisata Alam Ke'te' ke'su di Toraja Utara	Hasil analisis regresi linear berganda sama sama menunjukkan bahwa biaya perjalanan ke objek wisata ke'te' ke'su, umur dan jarak berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan objek wisata. Sedangkan

⁴⁵ Jenny Sartika Sihotang, Christine Wulandari dan Susni Herwanti, "Nilai Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan Provinsi Lampung dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost*)". Jurnal Sylva Lestari. Vol. 2 No. 3, September 2014, h. 14

⁴⁶ Mareta Aulya Puspita Dewy, Skripsi : *Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Kresik Dengan Pendekatan Travel Cost*

⁴⁷ Fitriani, "Determinan Permintaan Objek Wisata Alam Ke'te' ke'su di Toraja Utara dengan Pendekatan *Travel Cost Method*"(Makasar : Universitas Alauddin, 2018), h.xi

		dengan Pendekatan <i>Travel Cost Method</i>	pendapatan (uang saku) berpengaruh positif. Variabel yang signifikan yaitu variabel pendapatan (uang saku) dan jarak. Dari hasil regresi yang telah dilakukan maka diperoleh nilai R square sebesar 0,604 hal ini dapat disimpulkan bahwa besar persentase variabel jumlah permintaan bisa dijelaskan oleh empat variabel bebas yaitu pendapatan, umur, jarak, dan biaya perjalanan sebesar 60,4% (0,6040) sedangkan sisanya dengan nilai 39,6% (3,96) yang dijelaskan oleh variabel yang tidak masuk dalam penelitian ini.
3.	Theresia Panjaitan (2019) ⁴⁸	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i>	Hasil penelitian yaitu potensi yang dimiliki oleh pantai wediombo mencakup keindahan dan kondisi daya tarik pantai termasuk dalam kategori sangat baik, sarana dan prasarana yang sudah memadai, pelayanan pengelola yang cukup baik serta potensi budaya masyarakat seperti upacara ngalangi. Nilai ekonomi pantai wediombo sebesar Rp.52.787.622.096,00/ tahun dengan rata-rata biaya perjalanan individu sebesar Rp.208.296,00/ kunjungan
4.	Firman Zulpikar, Dandy E Prasetyo, Titis	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan	Hasil penelitian menunjukkan variabel biaya perjalanan, jarak tempuh dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke pantai

⁴⁸ Theresia Panjaitan, Skripsi : “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta dengan Pendekatan Travel Cost” (Semarang : Universitas Diponegoro, 2019), h.vi

	Virginda, dkk ⁴⁹	Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran	Batu Karas. Potensi ekonomi ekowisata di Pantai Batu Karas mencapai Rp. 86,571,960,874.00 per tahun dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp. 566,183.00 per indovodu per tahun. Keuntungan ekonomi yang besar dari aktivitas wisata di pantai Batu Karas memiliki pengaruh positif terhadap peingkatan sosial ekonomi masyarakat setempat
5.	Dewi Mufidah (2019) ⁵⁰	Valuasi Ekonomi Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan Individual dan Faktor- faktor yang memperngaruhi Jumlah Kunjungan Wisata di Bukit Sikunir Dieng Kabupaten Wonosobo	Hasil penelitian menunjukkan biaya perjalanan ke Bukit Sikunir, umur pengunjung. Dan tujuan kunjungan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke wisata alam bukit sikunir. Pendapatan dan jarak tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke wisata alam bukit sikunir. Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa nilai ekonomi wisata alam buki sikunir dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp. 595.873.244.970 per tahun

⁴⁹ Firman Zulpikar, Dandy E Prasetyo, Titis Virginda, dkk “*Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran*” *Journal of Regional and Rural Development Planning*. 1(1): 53-63, februari 2017

⁵⁰ Ahmad Effendi, Samsul Bakri dan Rusita, “*Nilai Ekonomi jasa wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung dengan pendekatan Biaya Perjalanan*”, *Jurnal Sylva Lestari*. Vol 3 No 3 September 2015 71-84

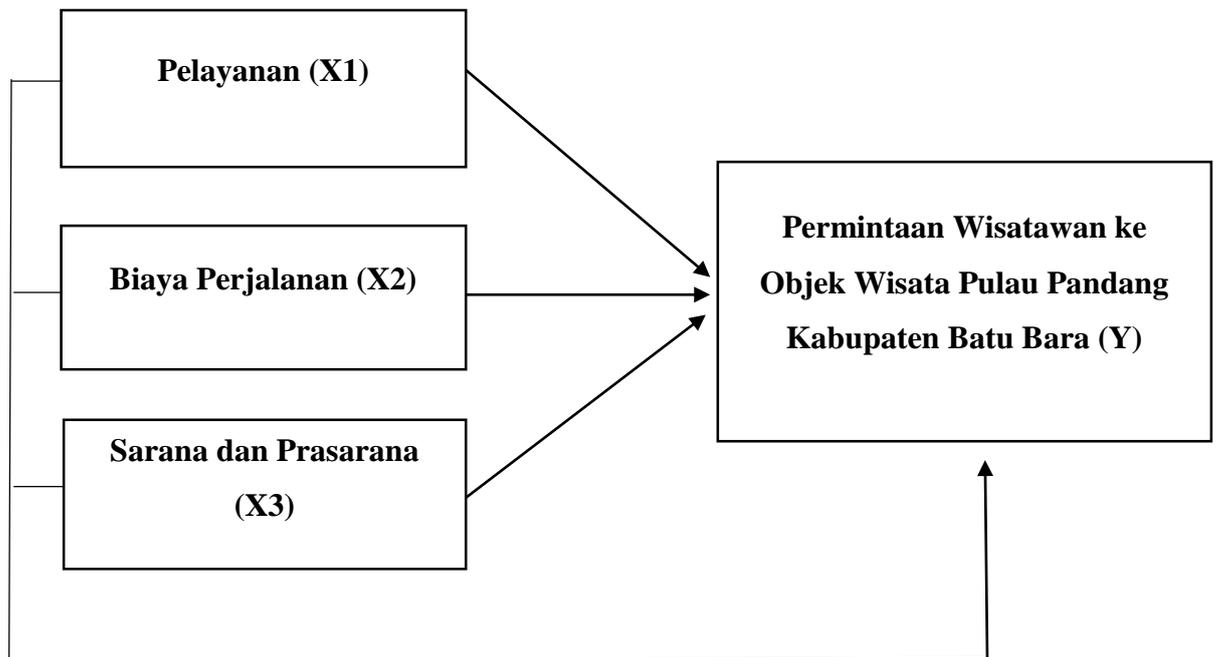
K. Kerangka teoritis

Kerangka teoritis merupakan dasar dari keseluruhan proyek penelitian. Di dalamnya dikembangkan, diuraikan dan dielaborasi hubungan-hubungan di antara variabel-variabel yang telah diidentifikasi melalui proses pengumpulan data awal, baik wawancara atau observasi, dan juga studi literatur dalam kajian pustaka.⁵¹

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penilaian ekonomi terhadap suatu kawasan wisata diukur dengan menggunakan berbagai variabel sosial ekonomi yang berpengaruh. Pada umumnya semakin besar pendapatan seseorang maka semakin besar permintaannya terhadap barang rekreasi dan jasa lingkungan. Kebutuhan untuk menggunakan jasa lingkungan sebagai tempat berwisata seperti Objek Wisata Pulau Pandang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, pendapatan, jarak dan waktu

Sedangkan untuk menghitung nilai ekonomi berupa surplus konsumen dari pengunjung objek wisata Pulau Pandang menggunakan pendekatan Travel Cost Method (TCM) seperti biaya perjalanan pergi, biaya penyebrangan kapal, biaya konsumsi, biaya penginapan, dan biaya perjalanan pulang. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan penelitian adalah sebagai berikut :

⁵¹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : Febi UIN-SU Press, 2016), h. 23



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

Gambar diatas menunjukkan kerangka konseptual pada penelitian ini, terdiri dari tiga variabel bebas yaitu pelayanan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana. Sedangkan jumlah permintaan sebagai variabel terikat. Dengan demikian, dapat ditarik empat hipotesis berdasarkan kerangka konseptual untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

L. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan bar dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti.⁵²

Adapun hipotesis dalam penelitian yaitu :

⁵² Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : Febi UIN-SU Press, 2016), h. 25

1. H_{a1} = Pelayanan berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang
 H_{01} = Pelayanan tidak berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang
2. H_{a2} = Biaya Perjalanan berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang
 H_{02} = Biaya Perjalanan tidak berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang
3. H_{a3} = Sarana dan Prasarana berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang
 H_{03} = Sarana dan Prasarana tidak berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang
4. H_{a4} = Pelayanan, biaya perjalanan, Sarana dan Prasarana berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang
 H_{04} = Pelayanan, biaya perjalanan, Sarana dan Prasarana tidak berpengaruh terhadap permintaan wisatawan ke Objek Wisata di Pulau Pandang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilokasi penelitian berupa suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki dan mengetahui gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan sifat penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di Lakukan di Pulau Pandang, Kecamatan Tanjung Tiram, Kabupaten Batu Bara, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia, dan di Dinas Pariwisata, Jl. Besar Desa Perupuk, Kecamatan Lima Puluh Pesisir, Kabupaten Batu Bara, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Penelitian ini diawali pada tanggal 26 Oktober 2020 sampai dengan 26 Desember 2020.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu. Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 1160 responden ¹

¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, cv, 2017), h. 61

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi harus betul-betul representatif (mewakili)²

Untuk merepresentasikan suatu penemuan dalam penelitian tidak harus seluruh total dari jumlah populasi yang akan dijadikan responden, responden yang diteliti pada penelitian ini sejumlah 89 orang responden. Jumlah ini dihitung berdasarkan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana n adalah jumlah dari sampel, N adalah jumlah populasi, e adalah batas toleransi kesalahan yang masih bisa di tolerir; e = 0,1.

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10 – 20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1160 wisatawan, sehingga batas toleransi kesalahan yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :³

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{1160}{(1160)+(0,1^2)+ 1} = \frac{1160}{13} = 89,230 = 89 \text{ orang}$$

sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling; random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota

² *Ibid.*,h. 62

³ *Ibid.*,h. 42

populasi (wisatawan) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *Insidental Sampling*. *Insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, dalam hal ini (responden yang sudah pernah ke Pulau Pandang).⁴

D. Data Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena social. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena social dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variable dan indikator. Setiap variable yang ditentukan di ukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variable tersebut. Dengan menggunakan simbol-simbol angka tersebut, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat di lakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter. Tujuan utama dari metodologi ini ialah menjelaskan suatu masalah tetapi menghasilkan generalisasi.⁵

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis menelaah bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Bentuknya sangat banyak seperti survei, eksperimen, kerelasi dan regresi.⁶

2. Jenis Data

Jenis data penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kuantitatif. Sugiyono (2014:23) data kuantitatif adalah data penelitian yang berbentuk

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2011), h. 85

⁵ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : Febi UIN-SU Press, 2016), h. 7

⁶ Azhari Akmal Tarigan, Isnani Harahap, Andri Soemitra, Zuhri M. Nawai, Ahmad Syakir, Yusrizal, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan : La Tansa Press), h. 55

angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring), dimana data dikumpulkan, dicatat, disusun dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi yang selanjutnya dilakukan pengukuran untuk membuktikan kebenaran terhadap teori.

Adapun data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan.⁷ Supriyanto dan Ernawati (2010:387), Data primer adalah data yang dikumpulkan pertama kali. Dimana data tersebut diperoleh secara langsung dari obyek penelitian.⁸ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran angket dan wawancara kepada sampel di Objek Wisata Pulau Pandang.

3. Variabel Penelitian

Berdasarkan hipotesis dan objek penelitian yang penulis gunakan, maka variabel yang digunakan pada penelitian ini antara lain, sebagai berikut :

a. Variabel Independen

Variabel Independen (X) disini yaitu variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel dependen yang terdiri dari Pelayanan (X1), Biaya Perjalanan (X2), dan Sarana dan Prasarana (X3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen (Y) disini yaitu variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu Permintaan Wisatawan ke Objek wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang

⁷ Burhan Bingin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), h. 99

⁸ Edie Sugiarto, “*Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian dan Perhatian setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan*”, *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*. Vol. 1 No. 1, Februari 2016, h. 38

diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban itu masih perlu diuji secara empiris, dan untuk maksud inilah dibutuhkan penyimpulan data. Data yang dikumpulkan ditentukan oleh variable-variabel yang ada dalam hipotesis. data itu dikumpulkan oleh sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan yang digunakan adalah dengan penyebaran kuisisioner atau angket. Kuisisioner atau angket adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk tujuan khusus yang memungkinkan seorang analis system untuk mengumpulkan data dan pendapat dari para responden yang telah dipilih. Daftar pertanyaan kemudian dikirimkan kepada para responden yang akan mengisinya sesuai dengan pendapat mereka.⁹

Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan skala likert, skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden dari populasi. Dalam skala likert yang diukur dijelaskan menjadi susunan variabel. Selanjutnya susunan tersebut dijadikan pedoman untuk menyusun item-item yang mencakup penelitian yang berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap item cakupan pertanyaan tersebut mempunyai susunan/tingkatan dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata yang lain, antaranya :

Tabel 3.2
Skala Likert

SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
RG (Ragu-ragu)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

⁹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : FEBI UIN-SU Press, 2916), h. 51

Cakupan dalam kuisioner penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Dalam kuisioner ini juga terdapat uji Hipotesis yaitu : Uji Validitas dan Uji Reabilitas.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian (Sugyono, 2014:3).

1. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Variabel dependen ini adalah Permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang Kabupaten Batu Bara. Permintaan objek wisata adalah Permintaan wisata adalah banyaknya kesempatan wisata yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran total partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata secara umum yang dapat diharapkan apabila tersedia fasilitas yang memadai atau memenuhi keinginan masyarakat.

2. Variabel Independen

Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	Pelayanan (X1)	pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang bersifat tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain untuk membantu orang lain	a. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) b. Reabilitas (<i>Reability</i>) c. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Ordinal

		agar pekerjaan tersebut dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. ¹⁰	d. Jaminan (<i>Assurance</i>) e. Empati (<i>Empaty</i>)	
2	Biaya Perjalanan (X2)	Keseluruhan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Pulau Pandang di Kabupaten Batu Bara. Biaya ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya penyebrangan kapal pulang pergi, biaya konsumsi, biaya penginapan, biaya parkir, dan lainnya yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan	a. Biaya Parkir Kendaraan b. Biaya konsumsi c. Biaya penyebrangan Kapal d. Biaya penginapan	Ordinal

¹⁰ Siti Zubaidah, "Peran Pelayanan Administrasi Keuangan pada Yayasan Amal Jaya di Masjid Raya Bintaro", Jurnal Seketari, Vol. 4 No. 2 Juni 2017

		skalakontinyu dengan satuan rupiah (Rp). ¹¹		
3	Sarana & Prasarana (X3)	Mnenurut KBBI sarana adalah alat yang dipakai untuk membantu mencapai suatu tujuan, sedangkan prasaranan yaitu perlengkapan sebagai penunjang utama dalam penyelenggaraan kegiatan atau suatu proses. Secara umum saranan dan prasarana adalah alat dan perlengkapan yang menunjang untuk proses belajar dalam melakukan pelayanan publik untuk mencapai tujuan dan pendidikan tersebut. Bila sarana dan prasarana tidak tersedia dengan baik, maka tujuan dan proses pembelajaran tidak	<ul style="list-style-type: none"> a. Lahan b. Perabotan c. Media d. Jaringan internet e. Penginapan 	Ordinal

¹¹ Fanita Osha Tazkia, Skripsi : “Analisis Perminaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kab. Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost”, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2012)

		tercapai dengan maksimal. ¹²		
4	Permintaan Wisatawan (Y)	Permintaan wisatawan adalah banyaknya kesempatan wisata yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran total partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata secara umum yang dapat diharapkan apabila tersedia fasilitas yang memadai atau memenuhi keinginan masyarakat (Douglass dalam Sihombing, 2011 ¹³	a. Pelayanan b. Biaya perjalanan c. Sarana dan prasarana	Ordinal

G. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan keadaan yang sebenarnya dan mengacu pada kesesuaian antara konstruk, atau cara seorang peneliti mengkonseptualisasikan ide dalam definisi konseptual dan suatu ukuran. Hal ini mengacu pada seberapa baik ide tentang realitas sesuai dengan realitas aktual. Dalam istilah sederhana, validitas membahas pertanyaan mengenai seberapa baik realitas sosial yang diukur melalui penelitian sesuai

¹² Miftah Afifah Zafar dan Hade Afriansyah, *Administrasi Sarana dan Prasarana*, Jurnal Administrasi Sarana dan Prasarana

¹³ Fredy Herminto, "Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan". Jom FEKOM. Vol. 2 No. 1, Februari 2015

dengan konstruk yang peneliti gunakan untuk memahaminya.¹⁴ Dalam pengukuran ini sampel uji validitas diambil sebanyak 89 orang dan diolah dengan menggunakan program SPSS *for windows* dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Dalam penelitian, reabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa dikendalikan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik (Classical Assumptions) adalah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan normalitas. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan $> 0,05$ maka distribusi datanya dapat dikatakan normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal.¹⁵

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian data untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui kenormalan distribusi data menggunakan Kolmogorov-Smirnov test melalui

¹⁴ *Ibid.*, hal. 61

¹⁵ *Ibid.*, h. 93

SPSS. Apabila nilai suatu variabel lebih besar dari signifikan 5% ($>0,05$) maka variabel tersebut terdistribusi normal, sedangkan jika nilai suatu variabel lebih kecil dari signifikan 5% ($<0,05$) maka variabel tersebut tidak terdistribusi dengan normal.¹⁶

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas.¹⁷

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda-beda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.¹⁸

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika

¹⁶ Ari Priyono, "Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur". Jurnal Nomina. Vol. II No. II, tahun 2013

¹⁷*Ibid.*, h. 104

¹⁸ Haslinda, "Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja", Jurnal Ilmiah Akuntansi. Vol. 2 No. 1, Juli 2016

nilai signifikan uji $t < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka pengaruh terhadap variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai signifikan uji $t > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka pengaruh terhadap variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).¹⁹

b. Uji F (Uji Serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variabel bebas (X) secara serempak/bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Kriteria pengujian :

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan R^2 pada intinya yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji ini menyatakan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika $R^2 = 1$ maka daro variabel independen sehingga titik pengamatan berada tepat pada garis regresi, atau dengan kata lain apabila koefisien determinasi berkisar antar nol maka hubungan keduanya dinyatakan lemah. Jika angka mendekati satu maka dinyatakan hubungan diantara keduanya dinyatakan sangat kuat.

d. Uji Regresi Linier Berganda

¹⁹ Laurencia Veronica Santoso, "Analisis Pengaruh Price". Vol. 6 No. 1, Tahun 2018

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel Independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat.²⁰ Sedangkan metode OLS adalah metode untuk mengestimasi suatu garis-garis regresi dengan jalan meminimalkan jumlah kuadrat kesalahan dari setiap observasi terhadap garis tersebut. Dalam analisis regresi berganda di konotasikan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = Jumlah permintaan objek wisata pulau pandang

α = Konstanta

$\beta_1 X_1$ = Koefisien regresi berganda

X_1 = Pelayanan

X_2 = Biaya Perjalanan

X_3 = Sarana dan Prasarana

e = error²¹

²⁰ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2003), hal. 216

²¹ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2003), hal. 216

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian Kabupaten Batu Bara

Kabupaten Batu Bara merupakan pemekaran dari Kabupaten Asahan berada di kawasan Pantai Timur Sumatera Utara yang berbatasan dengan Selat Malaka (Dinas Pariwisata Batu Bara 2012). Pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Pemuda Olahraga Kabupaten Batu Bara senantiasa berupaya membenahi pulau ini. Nantinya di harapkan menjadi primadona wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara atau bahkan di Provinsi Sumatera Utara.¹

Kabupaten Batu Bara terletak antara 2°03'00"-3°26'00"LU, dan 99°01'00"-100°00'00"BT, merupakan salah satu kabupaten yang berada pada kawasan Pantai Timur Sumatera Utara.

Letaknya diapit oleh tiga kabupaten dan satu selat, yaitu:

Sebelah Utara	: Berbatasan dengan Kab. Serdang Bedagai
Sebelah Selatan	: Berbatasan dengan Kab. Asahan
Sebelah Barat	: Berbatasan dengan Kab. Simalungun
Sebelah Timur	: Berbatasan dengan Selat Malaka.

Kabupaten Batu Bara memiliki luas wilayah sebesar 904,94 Km² (90,496 Ha).² Secara administratif Kabupaten Batu Bara terdiri dari 7 Kecamatan serta 100 desa/kelurahan definitif. Sektor pertanian, perternakan, kehutanan dan perikanan menjadi sektor utama dalam potensi perekonomian di Batu Bara. Di posisi kedua diduduki oleh sektor Industri pengilangan. Dan di posisi terakhir lapangan usaha penyumbang terkecil adalah sektor jasa-jasa. Padahal selain sektor-sektor tersebut diatas, Kabupaten Batu Bara memiliki

¹ Rahmanita Ginting, "Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Batu Bara dalam Mengembangkan Potensi Wisata Pulau Pandang dan Pulau Salah Namu di Kabupaten Batu Bara", Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik FSIP UMSU 2016

² Melvia Yundha Cantika Simatupang, Muhammad Ali Sarung dan Maria Ulfah, "Keanekaragaman Echinodermata dan Kondisi Lingkungan Perairan Dangkal Pulau Pandang Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara". Jurnal Ilmiah Kelautan dan Perikanan Unsyiah. Vol. 2 No. 1 : 97 – 103, Februari 2017, h. 98

sumber potensial lain yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakatnya. Salah satu sumber potensial tersebut adalah sektor pariwisata.³

B. Gambaran Umum Objek Wisata Pulau Pandang

1. Sejarah Pulau Pandang

Pulau Pandang merupakan salah satu pulau yang terdapat di Perairan Selat Malaka. Pulau Pandang memiliki luas sekitar 7 hektar, dengan panjang pantai 2-3 hektar. Kawasan perairan Pulau Pandang memiliki ekosistem terumbu karang, pantai berpasir, dan pantai berbatu.

Pulau Pandang adalah sebuah pulau yang berjarak lebih kurang 14 mil dari Pelabuhan Tanjung Tiram atau dapat ditempuh selama 2 jam perjalanan. Pulau ini biasanya kaum nelayan menyebutnya Pulau si angsa dua, karena bentuk fisiknya yang mirip dengan unggas berleher panjang “angsa”. Sementara penduduk asli Batu Bara biasa menyebutnya ini Pulau Pandan karena sekitar pulau ini banyak di tumbuh tumbuhan pandan, tetapi para wisatawan lebih banyak mengenal pulau ini dengan nama Pulau di Kabupaten Batu Bara. Panorama yang Indah, udara yang sejuk, pantai pasir putih yang luas, serta keindahan alam yang asri membuat setiap pengunjung memiliki kenangan tersendiri di pulau ini.⁴

2. Letak Geografis Objek Wisata Pulau Pandang

Lokasi Pulau Pandang terletak di Desa bongak, Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara dengan luas wilayah lebih kurang 16 ha. Letak koordinat Pulau ini yaitu : 99° 45' 27,775'' Bt dan 03° 25' 17,924'' LU.⁵

C. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini data primer yang diambil dari 89 responden untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap Pelayanan, Biaya Perjalanan, sarana dan prasarana. Karakteristik responden yang akan dipaparkan berikut ini akan

³ RPI2JM Kabupaten Batu Bara 2015-2019

⁴ Melvia Yundha Cantika Simatupang, Muhammad Ali Sarung dan Maria Ulfah, "Keanekaragaman Echinodermata dan Kondisi Lingkungan Perairan Dangkal Pulau Pandang Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara". Jurnal Ilmiah Kelautan dan Perikanan Unsyiah. Vol. 2 No. 1 : 97 – 103, Februari 2017, h. 98

⁵ Dinas Pariwisata

mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan wisatawan yang datang ke Obje Wisata Pulau Pandang.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin secara tidak langsung mempengaruhi permintaan terhadap pemanfaatan jasa lingkungan yang ditawarkan oleh berbagai objek wisata. Jenis kelamin responden akan turut menentukan jenis pariwisata yang akan di pilih. Sehingga jenis kelamin secara tidak langsung mempengaruhi permintaan terhadap objek wisata Pulau Pandang. Distribusi responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	50	56,2	56,2	56,2
	Laki-laki	39	43,8	43,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi. 22.0

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih dominan, yaitu sebanyak 50 orang (56,2%) dan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang (43,8%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih sering mengunjungi Objek Wisata Pulau Pandang dari pada responden berjenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia berkaitan dengan kemampuan fisik responden untuk melakukan kunjungan dan produktivitas responden. umur juga menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi termasuk keputusan untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatannya digunakan untuk

mengunjungi tempat-tempat wisata. Jadi secara tidak langsung usia akan mempengaruhi permintaan terhadap objek wisata Pulau Pandang.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data atau informasi bahwa usia responden berkisar antara 15 tahun sampai dengan 28 tahun. Distribusi responden menurut kelompok umur dapat dilihat pada tabel 4.2 .

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20	32	36,0	36,0	36,0
	21-26	37	41,6	41,6	77,5
	27-32	10	11,2	11,2	88,8
	33-38	10	11,2	11,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi. 22.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berusia 21-26 tahun lebih dominan mengunjungi Objek Wisata Pulau Pandang yaitu sebanyak 37 orang (41,6%) dan responden selanjutnya yaitu responden yang berusia sekitar 15-20 tahun yaitu sebanyak 32 orang (36,0%) dan yang paling sedikit yaitu responden yang berusia 27-32 sebanyak 10 orang (11,2%) dan responden yang berusia 33-38 sebanyak 10 orang (11,2%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan menunjukkan status sosial yang akan mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Demikian juga dalam pemilihan tempat wisata, pekerjaan seseorang akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan ke Objek Wisata Pulau Pandang. Pekerjaan responden dibagi ke dalam 3 pekerjaan yaitu pelajar, mahasiswa dan pekerja. Distribusi responden menurut jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	26	29,2	29,2	29,2
	Mahasiswa	41	46,1	46,1	75,3
	Pekerja	22	24,7	24,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi. 22.0

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden mahasiswa lebih dominan dalam mengunjungi Objek Wisata Pulau Pandang yaitu sebanyak 41 orang (46,1%), selanjutnya disusul oleh responden pelajar yaitu sebanyak 26 orang (29,2%) dan terakhir responden pekerja yaitu sebanyak 22 orang (24,7%). Hal ini menunjukkan bahwasannya responden mahasiswa lebih sering mengunjungi objek wisata Pulau Pandang.

D. Hasil Pengolahan Data

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Selain itu uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidknya suatu kuisisioner. Dalam pengukuran ini jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 97 responden yang diolah berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Untuk penelitian ini nilai r_{tabel} yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$df = N - 2$$

$$df = 89 - 2 = 87$$

Dari hasil df 87 dan dengan taraf signifikansi 5% , maka diperoleh nilai r_{tabel} pada penelitian ini adalah sebesar 0,208

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X1)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Validitas
Pelayanan (X1)	X1.1	0,603	0,208	Valid
	X1.2	0,615	0,208	Valid
	X1.3	0,582	0,208	Valid
	X1.4	0,499	0,208	Valid
	X1.5	0,565	0,208	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Vrsi 22.0

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa semua pernyataan pada X1 variabel pelayanan memperoleh r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sehingga uji validitas variabel pelayanan dinyatakan “Valid”

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Biaya Perjalanan (X2)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Validitas
Biaya Perjalanan (X2)	X2.1	0,307	0,208	Valid
	X2.2	0,279	0,208	Valid
	X2.3	0,354	0,208	Valid
	X2.4	0,354	0,208	Valid
	X2.5	0,464	0,208	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Vrsi 22.0

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa semua pernyataan pada X2 variabel Biaya Perjalanan memperoleh r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sehingga uji validitas variabel pelayanan dinyatakan “Valid”

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Sarana Dan Prasarana (X3)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Validitas
Sarana dan Prasarana (X3)	X3.1	0,541	0,208	Valid
	X3.2	0,600	0,208	Valid
	X3.3	0,594	0,208	Valid
	X3.4	0,790	0,208	Valid
	X3.5	0,785	0,208	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Vrsi 22.0

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa semua pernyataan pada X3 variabel Sarana dan Prasarana memperoleh r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sehingga uji validitas variabel pelayanan dinyatakan “Valid”

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Jumlah Permintaan (Y)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Validitas
Permintaan Wisatawan (Y)	Y.1	0,432	0,208	Valid
	Y.2	0,570	0,208	Valid
	Y.3	0,377	0,208	Valid
	Y.4	0,480	0,208	Valid
	Y.5	0,431	0,208	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Vrsi 22.0

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa semua pernyataan pada Y variabel Jumlah Permintaan memperoleh r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sehingga uji validitas variabel pelayanan dinyatakan “Valid”

b. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk

Untuk menguji reabilitas data digunakan pengukuran Cronbach Alpha karena instrumen penelitian ini berbentuk angket. Cronbach Alpha merupakan salah satu koefisien reabilitas yang paling sering digunakan. Skala pengukuran yang reliabel sebaiknya memiliki nilai Cronbach Alpha minimal 0,60. Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan yang memiliki validitas, untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan dan konsistensi, walaupun digunakan dalam waktu yang berbeda, atau dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang serupa.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	0,766 > 0,600	Reliabel
Biaya Perjalanan (X2)	0,641 > 0,600	Reliabel
Sarana dan Prasarana (X3)	0,789 > 0,600	Reliabel
Permintaan Wisatawan (Y)	0,681 > 0,600	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas semua variabel adalah reliabel karena memiliki Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,600 seperti terlihat pada tabel 4.8, dengan demikian setiap pernyataan pada kuisioner tersebut dapat dianalisa lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik (Classical Assumptions) adalah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan normalitas. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan > 0,05 maka distribusi datanya dapat dikatakan normal.

Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian data untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui kenormalan distribusi data menggunakan Kolmogorov-Smirnov test melalui SPSS. Apabila nilai suatu variabel lebih besar dari signifikan 5% ($>0,05$) maka variabel tersebut terdistribusi normal, sedangkan jika nilai suatu variabel lebih kecil dari signifikan 5% ($<0,05$) maka variabel tersebut tidak terdistribusi dengan normal.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

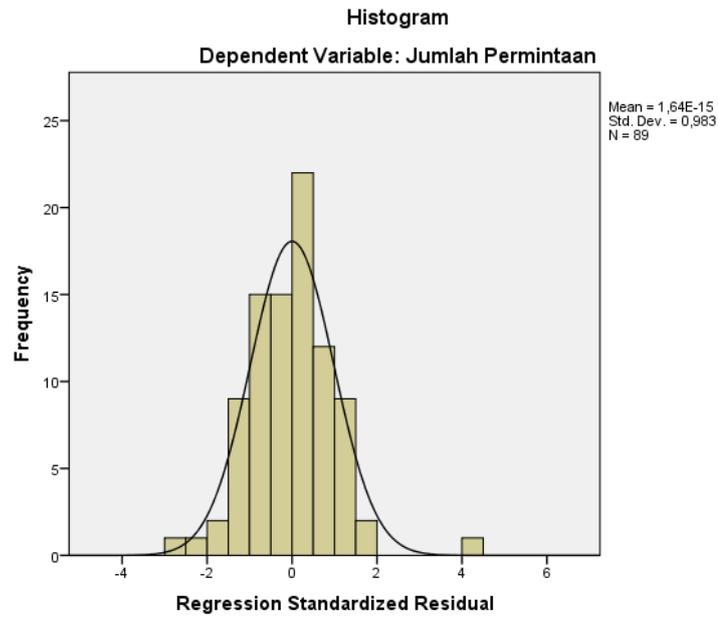
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,05739946
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,039
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

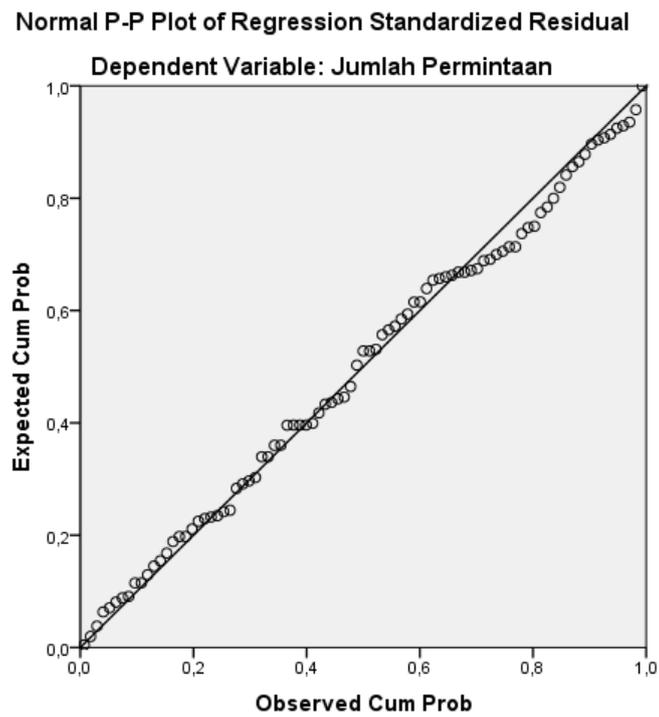
b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

Dari tabel diatas dapat di lihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari α ($\alpha = 0,05$), yaitu $0,2 >$ dari $0,05$ yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.



Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram



Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot

Pengujian normalitas menggunakan grafik histogram dikatakan normal apabila sebaran data (histogram) mengikuti pola kurva normal. Dari gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa histogram sebagian besar mengikuti kurva normal, sehingga dapat dikatakan bahwa sebaran data tersebut berdistribusi normal.

Kemudian dari gambar 4.2 merupakan hasil pengujian normalitas menggunakan grafik P-P Plot, data dikatakan berdistribusi normal apabila sebaran data (plot data) mengikuti garis linear. Maka dari gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa sebaran data (plot data) mengikuti garis linear sehingga dapat dikatakan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas. Ketentuan pengukurannya adalah :

- 1) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi Multikolenearitas
- 2) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka artinya terjadi Multikolenearitas

Kriteria pengujian multikolenearitas dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah :

- 1) Jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolenearitas
- 2) Jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolenearitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,305	1,260		1,830	,071		
	Pelayanan	,180	,060	,218	3,002	,004	,523	1,911
	Biaya Perjalanan	,359	,064	,342	5,614	,000	,742	1,347
	Sarana dan Prasarana	,350	,054	,482	6,476	,000	,497	2,013

a. Dependent Variable: Permintaan Wisatawan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

Pada variabel pelayanan terlihat bahwa nilai toleransi adalah 0,523 dan nilai VIF 1,911. Pada variabel Biaya perjalanan terlihat bahwa nilai toleransi adalah 0,742 dan nilai VIF 1,347. Pada variabel sarana dan prasarana terlihat bahwa nilai toleransi 0,497 dan nilai VIF 2,013.

Berdasarkan hasil data tersebut maka dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel pelayanan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana diatas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

$\text{Sig} > 0,05 =$ Tidak terjadi heterokedastisitas

$\text{Sig} < 0,05 =$ Terjadi Heterokedastisitas

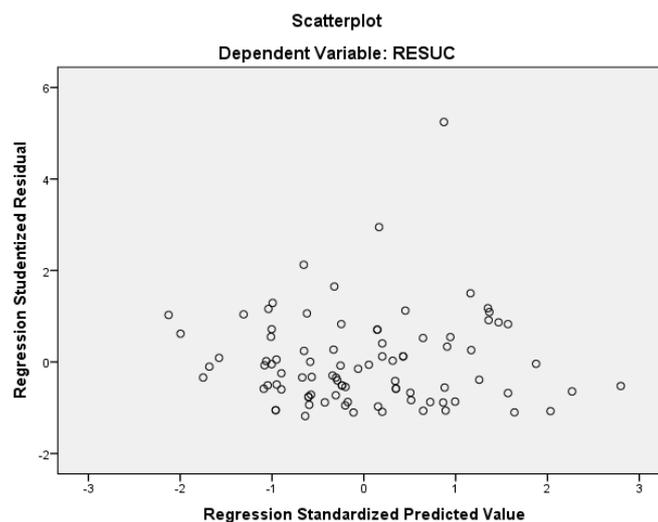
Tabel 4.11
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,799	,793		1,007	,317
	Pelayanan	,002	,038	,007	,045	,964
	Biaya Perjalanan	,014	,040	,044	,347	,729
	Sarana dan prasarana	-,015	,034	-,069	-,451	,653

a. Dependent Variable: RESUC

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel pelayanan memiliki nilai signifikasi sebesar 0,964 dan ini berarti $0,964 > 0,05$. Untuk variabel Biaya Perjalanan memiliki nilai signifikasi sebesar 0,729 yang berarti $0,729 > 0,05$. Dan untuk variabel Sarana dan Prasarana memiliki nilai signifikasi sebesar 0,653 yang berarti $0,653 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi. 22.0

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Grafik Scatterplot

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik – titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terdapat heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. 1). Jika nilai signifikan uji $t < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). 2). Jika nilai signifikan uji $t > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk mencari nilai t_{tabel} maka memerlukan rumus :

$$t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$\text{Jadi : } t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$t_{tabel} = t(0,05/2 ; 89 - 3 - 1)$$

$$t_{tabel} = t(0,025 ; 85)$$

$$t_{tabel} = 1,988$$

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,305	1,260		1,830	,071			
	Pelayanan	,180	,060	,218	3,002	,004	,696	,310	,158
	Biaya Perjalanan	,359	,064	,342	5,614	,000	,672	,520	,295
	Sarana dan Prasarana	,350	,054	,482	6,476	,000	,796	,575	,340

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

Hasil pengujian uji parsial atau uji t

1) Pengujian hipotesis pertama (H1)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,002 > t_{tabel} 1,992$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y

2) Pengujian hipotesis kedua (H2)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,614 > t_{tabel} 1,988$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

3) Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,476 > t_{tabel} 1,988$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variabel bebas (X) secara serempak/bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

- 1) Pada nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$. Artinya H_0 diterima. Hal ini menunjukkan secara simultan variabel bebas berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Pada nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

terikat. Untuk mencari nilai F_{tabel} maka memerlukan rumus :

$$F_{tabel} = k; n - k$$

Jadi, $F_{tabel} = k; n - k$

$$F_{tabel} = 3; 89 - 3$$

$$= 3; 86$$

$$= 2,71$$

Tabel 4.13
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	321,428	3	107,143	92,559	,000 ^b
	Residual	98,392	85	1,158		
	Total	419,820	88			

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

b. Predictors: (Constant), Sarana dan Prasarana, Biaya Perjalanan, Pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

Hasil pengujian :

Berdasarkan tabel 4. Diperoleh nilai sig nya $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 92,559 > F_{tabel} 2,71$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh Pelayanan, Biaya Perjalanan, Sarana dan Prasarana terhadap Permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan R^2 pada intinya yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji ini menyatakan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika $R^2 = 1$ maka dari variabel independen sehingga titik pengamatan berada tepat pada garis regresi, atau dengan kata lain

apabila koefisien determinasi berkisar antar nol maka hubungan keduanya dinyatakan lemah.

Tabel 4.14
Hasil Uji Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,875 ^a	,766	,757	1,07590	,766	92,559	3	85	,000

a. Predictors: (Constant), Sarana dan Prasarana, Biaya Perjalanan, Pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

Berdasarkan Tabel 4. Diperoleh angka Adjusted R square sebesar 0,757 atau 75,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa Pelayanan, Biaya Perjalanan, Sarana dan Prasarana berpengaruh sebesar 75,7 % terhadap Permintaan Wisatawan ke Objek wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara

Std. Error of the Estimate (SEE) sebesar 1,07590. Semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel Independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat.

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memperoleh persamaan regresi dengan cara memasukkan perubahan satu demi satu, sehingga dapat diketahui pengaruh yang paling kuat hingga yang paling lemah dengan menggunakan Model Fit, R Squared Change dan Part and Partial correlations. Dalam penelitian ini digunakan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = Permintaan Wisatawan ke objek wisata pulau pandang

- α = Konstanta
 $\beta_1 X_1$ = Koefisien regresi berganda
 X_1 = Pelayanan
 X_2 = Biaya Perjalanan
 X_3 = Sarana dan Prasarana
 e = error ter

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,305	1,260		1,830	,071			
	Pelayanan	,180	,060	,218	3,002	,004	,696	,310	,158
	Biaya Perjalanan	,359	,064	,342	5,614	,000	,672	,520	,295
	Sarana dan Prasarana	,350	,054	,482	6,476	,000	,796	,575	,340

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 22.0

$$Y = 2,305 + 0,180X_1 + 0,359X_2 + 0,350X_3$$

Y = Intensitas Jumlah Permintaan Wisatawan

X1 = Pelayanan

X2 = Biaya Perjalanan

X3 = Sarana dan Prasarana

Y = Jumlah Permintaan

- a. Nilai konstanta sebesar 2,305 menyatakan bahwa jika variabel pelayanan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana atau 0, maka nilai sebesar 2,305. Konstanta positif ini berarti terjadi peningkatan permintaan wisatawan sebesar 2,305

- b. Nilai koefisien regresi pelayanan untuk variabel X1 sebesar 0,180 artinya apabila meningkat nilai pelayanan 1% maka tingkat pada permintaan wisatawan akan meningkat sebesar 0,180.
- c. Nilai koefisien regresi biaya perjalanan untuk variabel X2 sebesar 0,359 artinya apabila meningkat nilai pelayanan 1% maka tingkat pada permintaan wisatawan akan meningkat sebesar 0,359
- d. Nilai koefisien regresi Sarana dan Prasarana untuk variabel X3 sebesar 0,350 artinya apabila meningkat nilai pelayanan 1% maka tingkat pada permintaan wisatawan akan meningkat sebesar 0,350

E. Pembahasan

1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Jumlah Permintaan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang.

Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang bersifat tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain untuk membantu orang lain agar pekerjaan tersebut dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berdasarkan hasil secara parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap jumlah permintaan wisatawan ke Objek wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara. Nilai sig variabel pelayanan $0,004 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} 3,002 > t_{tabel} 1,988$. Artinya apabila pelayanan yang didapatkan oleh wisatawan lebih baik maka jumlah permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang akan semakin meningkat.

2. Pengaruh Biaya Perjalanan Terhadap Jumlah Permintaan ke Objek Wisata Pulau Pandang

Biaya Perjalanan adalah Keseluruhan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Pulau Pandang di Kabupaten Batu Bara. Biaya ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya penyebrangan kapal pulang pergi, biaya konsumsi, biaya penginapan, biaya

parkir, dan lainnya yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skalakontinyu dengan satuan rupiah (Rp). Nilai sig variabel biaya perjalanan $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} 5,614 > t_{tabel} 1,988$. Artinya apabila biaya perjalanan lebih sesuai yang didapatkan wisatawan maka permintaan wisatawan ke objek wisata pulau pandang akan semakin meningkat.

3. Pengaruh Sarana dan Prasarana Terhadap Jumlah Permintaan ke Objek Wisata Pulau Pandang

Sarana adalah alat yang dipakai untuk membantu mencapai suatu tujuan, sedangkan prasarana yaitu perlengkapan sebagai penunjang utama dalam penyelenggaraan kegiatan atau suatu proses. Secara umum sarana dan prasarana adalah alat dan perlengkapan yang menunjang untuk proses belajar dalam melakukan pelayanan publik untuk mencapai tujuan dan pendidikan tersebut. Bila sarana dan prasarana tidak tersedia dengan baik, maka tujuan dan proses pembelajaran tidak tercapai dengan maksimal. Nilai sig variabel sarana dan prasarana $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,476 > t_{tabel} 1,988$. Artinya apabila Sarana dan Prasarana lebih sesuai yang didapatkan wisatawan maka permintaan wisatawan ke objek wisata pulau pandang akan semakin meningkat.

4. Pengaruh Pelayanan, Biaya Perjalanan, Sarana dan Prasarana Terhadap Jumlah Permintaan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang

Berdasarkan hasil secara simultan pada penelitian ini bahwa pelayanan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana berpengaruh secara positif secara signifikan terhadap Permintaan Wisatawan Ke Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara. Hal tersebut telah di buktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat 0,05. Dimana $F_{hitung} 92,559 > F_{tabel} 2,71$. Pada signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini telah menunjukkan nilai pada koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,757 atau 75,7%. Nilai pada koefisien determinasi tersebut menggambarkan bahwa sebesar 75,7 pada variabel jumlah permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara telah

dijelaskan dengan variabel pelayanan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana. Sedangkan sisanya 24,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pelayanan yang baik yang didapatkan wisatawan, biaya perjalanan yang sesuai serta sarana dan prasarana yang didapatkan wisatawan selama berlibur di Pulau Pandang bisa mempengaruhi Permintaan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah saya lakukan mengenai “ Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan dan Valuasi Ekonomi Objek Wisata dengan pendekatan Travel Cost Method (TCM) (Studi kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara)” jadi dapat ditarik kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Pelayanan memiliki pengaruh positif dan akurat terhadap permintaan pariwisata. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji t yang menunjukkan $t_{hitung} 3,002 > t_{tabel} 1,988$ dan signifikan $0,004 < 0,05$, maka dapat diartikan Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap Permintaan wisatawan di Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara.
2. Biaya perjalanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pariwisata. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji t menunjukkan $t_{hitung} 5,614 > t_{tabel} 1,988$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa Biaya Perjalanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan wisatawan di Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara.
3. Sarana dan Prasarana memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pariwisata. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji t menunjukkan $t_{hitung} 6,476 > t_{tabel} 1,988$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa Sarana dan Prasarana memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan wisatawan di Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara.
4. Pelayanan, Biaya perjalanan dan sarana dan Prasarana memiliki pengaruh positif dan akurat terhadap permintaan pariwisata. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F diperoleh nilai sig nya $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 92,559 > F_{tabel} 2,71$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh Pelayanan, Biaya Perjalanan, Sarana dan Prasarana terhadap Permintaan wisatawan ke Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan mampu menjadi penambah informasi bagi pihak yang berkepentingan yakni :

1. Bagi Pihak Pengelola Objek Wisata Pulau Pandang

Untuk objek wisata itu sendiri yaitu agar lebih ditingkatkan lagi sistem pelayanan, kebersihan, sarana prasarana dan kerapian sehingga menimbulkan kesan nyaman bagi setiap pengunjung objek wisata

2. Bagi Peneliti

Saran untuk peneliti yaitu agar dapat lebih memahami setiap pengaruh yang ada dalam penelitian, guna pembelajaran juga untuk peneliti agar lebih mengetahui bagaimana penelitian yang sebenarnya.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

Selain itu saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain seperti kualitas barang-barang yang dijual, kemudian kelengkapan pasar dan lain sebagainya sehingga penelitian ini menimbulkan efek baik bagi pasar maupun masyarakat. Karena dalam hal ini peneliti hanya menggunakan 2 variabel bebas saja yaitu variabel harga dan lokasi. Jadi diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar lebih menambah banyak variabel bebas lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Al-Qur'an Al-Karim. Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015
- Aziz, Iwan J, dkk. *Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2010
- Bingin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : PT Fajar Interpretama Mandiri, 2013
- Imsar. *Ekonomi Mikro Islam*. Medan : FEBI UIN-SU Press, 2018
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2010
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga, 2003
- Muhammad. *Ekonomi Mikro Islam*. Yogyakarta : BPFY-YOGYAKARTA, 2019
- Naruddin, Amiur, dkk. *Metodologi Penelitian Ilmu Syariah*. Bandung : Citapustaka Media Perintis, 2010
- Nasrullah, dkk. *Pemasaran Pariwisata : Konsep Perencanaan dan Implementasi*. Yayasan Kita Menulis, 2020
- Nasution, Yenni Samri Juliati. *Pasar uang dan Pasar Modal suatu pengantar*, Medan : Febi Press, 2018
- Nuraini, Ida. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang : Ummpress Malang 2016
- Parmawati, Rita. *Valuasi Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan Menuju Ekonomi Hijau*. Malang : UB Press, 2019
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi Rahmani. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan : Febi UIN-SU Press, 2016
- Sugiarto, dkk, *Ekonomi Mikro*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta, 2011
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta, cv, 2017
- Tarigan, Azhari Akmal, dkk. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Medan : La Tansa Press
- Tarigan, Azhari Akhmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan : FEBI UIN – SU Press, 2016

Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Sebuah Eksplorasi Melalui kata-kata Kunci dalam Al-Quran*. Bandung : Citapustaka Media Perintis, 2012

JURNAL DAN SKRIPSI

Afia, Irma Afia dan Indah Susilowati. *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. *Dinamika Pembangunan*

Christoper, Rio, dkk. *Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu rumah tangga*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2017

Dewy, Mareta Aulya Puspita. Skripsi : *Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Kresik Dengan Pendekatan Travel Cost*

Dritasto, Achadiat. *Analisis Dampak Ekonomi Wisata Bahari Terhadap Pendapatan Masyarakat di Pulau Tidung*. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*

Effendi, Ahmad. *Nilai Ekonomi jasa wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung dengan pendekatan Biaya Perjalanan*. *Jurnal Sylva Lestari*. September 2015

Elvira, Rini. *Teori Permintaan Komoparasi dalam Perespektif Ekonomi Konvensional dengan Ekonomi Islam* . *Jurnal Islamika*. tahun 2015

Fadila, Farah. *Analisis Pengaruh Pendapatan, Biaya Perjalanan, Lama perjalanan, fasilitas dan daya tarik terhadap jumlah kunjungan wisata hutan pinus Imogiri*”, *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 2018

Febianti, Yopi Nisa. *Permintaan dalam Ekonomi Mikro*. *Edunomic*. Tahun 2014

Fitriani. *Determinan Permintaan Objek Wisata Alam Ke'te' ke'su di Toraja Utara dengan Pendekatan Travel Cost Method*. *Makasar : Universitas Alauddin*, 2018

Ginting, Rahmanita. *Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Batu Bara dalam Mengembangkan Potensi Wisata Pulau Pandang dan Pulau Salah Namu di Kabupaten Batu Bara*. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik FSIP UMSU 2016*

- Haslinda. *Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja*. Jurnal Ilmiah Akuntansi. Juli 2016
- Herminto, Freddy. *Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan*. Jom FEKOM. Februari 2015
- Hutapea, Benni Olan. *Strategi Pemerintah dalam Pengembangan Kawasan Wisata Muara Kabupaten Tapanuli Utara Provinsu Sumatera Utara Tahun 2015*. JOM FISIP
- Hutasoit, Normaika. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Jumlah Hunian Hotel Terhadap Penerimaan SUB Sektor PDRB Industri Pariwisata di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2004-2013*. JOM Fekon
- Kusumawardani, Ichman Santi. *Analisis Surplus Konsumen dan Surplus Produsen Ikan segar di Kota Bandung*. Jurnal perikanan dan Kelautan. Desember 2012
- Lestari, Oktaviani Fuji. *Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belit di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan*. JOM Fekon. Februari 2017
- Narendra, Wahyu. *Identifikasi kebutuhan sarana dan prasarana wisata berdasarkan persepsi pengunjung di Pantai sipelot Kab. Malang*. Jurnal Institut Teknologi Nasional Malang, 2017
- Panjaitan, Theresia. Skripsi : *Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta dengan Pendekatan Travel Cost*. Semarang : Universitas Diponegoro, 2019
- Pranata, Ruri Eka. *Estimasi Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Sumatera Utara Menggunakan Jaringan Saraf*. Seman TIK – Juni 2018
- Priyono, Ari. *Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur*”. Jurnal Nomina. tahun 2013
- Rani, Deddy Prasetya Maha. *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep Jawa Timur*. Jurnal Politik Muda. Agustus – September 2014
- Sahara, Fiki Nurrohman Amin. *Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sketor Kerajinan*. Jurnal Administrasi Bisnis. Juni 2016
- Santoso, Laurencia Veronica. *Analisis Pengaruh Price*. Tahun 2018

- Sihotang, Jenny Sartika. *Nilai Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan Provinsi Lampung dengan Metode Biaya Perjalanan Travel Cost*. Jurnal Sylva Lestari. September 2014
- Simatupang, Melvia Yundha Cantika. *Keanekaragaman Echinodermata dan Kondisi Lingkungan Perairan Dangkal Pulau Pandang Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara*. Jurnal Ilmiah Kelautan dan Perikanan Unsyiah. Februari 2017
- Sugiarto, Edie. *Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian dan Perhatian setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemiik Sepeda Motor Honda pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan*. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen. Februari 2016
- Tazkia, Anita Osha. Skripsi : *Analisis Perminaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kab. Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost*. Semarang : Universitas Diponegoro, 2012
- Yulianto, Gatot. *Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari di Gili Trawangan Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat*". Buletin Ekonomi Perikanan. Tahun 2007
- Zubaidah, Siti. *Peran Pelayanan Administrasi Keuangan pada Yayasan Amal Jaya di Masjid Raya Bintar*. Jurnal Seketari, Juni 2017
- Zulpikar, Firman. *Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran*. Journal of Regional and Rural Development Planning. Februari 2017

WEBSITE

Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

RPI2JM Kabupaten Batu Bara 2015-2019

Travel objek wisata Pulau Pandang

SPSS Versi 22.0

LAMPIRAN I
SURAT IZIN RISET



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. William Iskandar Pasar V Medan Estate 20371
Telp. (061) 6615683-6622925 Fax. 6615683

Nomor : B-5002/EB.I/KS.02/11/2020

10 November 2020

Lampiran : -

Hal : **Izin Riset**

Yth. Bapak/Ibu Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, diberitahukan bahwa untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah menyusun Skripsi (Karya Ilmiah), kami tugaskan mahasiswa:

Nama : Wenda Isnani Mandasari
NIM : 0501172123
Tempat/Tanggal Lahir : B.p Mandoge, 29 Juli 1999
Program Studi : Ekonomi Islam
Semester : VII (Tujuh)
Alamat : PKS SEI DAUN Kelurahan Sei Meranti Kecamatan Tergamba

untuk hal dimaksud kami mohon memberikan Izin dan bantuannya terhadap pelaksanaan Riset di Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara, guna memperoleh informasi/keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi yang berjudul:

Analisis Permintaan dan Valuasi Ekonomi Objek Wisata dengan Pendekatan Travel Cost Method (TCM) (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara)

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Medan, 10 November 2020
a.n. DEKAN
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan



Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag
NIP. 197604232003121002

LAMPIRAN II
KUISIONER PENELITIAN



Hari/Tanggal :

No. Kuisisioner

Asslamualaikum Wr. Wb

Responden Yth.

Saya mahasiswa tingkat akhir Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan sedang melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Valuasi Ekonomi Objek Wisata dengan Pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) (Studi Kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara)**. Kuisisioner ini dibuat sebagai sarana dalam rangka mendukung pembuatan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi saya. Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharakan bantuan anda untuk memberikan penilaian secara objektif. Data yang anda isikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Salam,

Wenda Isnani Mandasari

DATA RESPONDEN

Petunjuk :

Piihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan Tanda Centang (√).

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia : 17- 23 Tahun 24- 30 Tahun
 31- 37 Tahun 38- 44 Tahun
4. Pendidikan : SMA Mahasiswa/i
 Pekerja
5. Pekerjaan :

Pertanyaan Bagian Utama

Untuk pertanyaan 1 – 20 silahkan berikan Tanda Centang (√) pada kotak yang paling sesuai dengan pendapat anda.

Kolom penilaian :

Sangat Setuju (SS)

Tidak Setuju (TS)

Setuju (S)

Sangat Tidak Setuju (STS)

Ragu-ragu (RG)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Variabel Pelayanan (X1)						
1	Objek Wisata Pulau Pandang tempat wisata yang representatif					
2	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan					
3	Memberikan informasi pada pengunjung secara lengkap dan jelas					
4	Wisatawan merasa aman dengan kunjungan yang mereka lakukan					
5	Pihak travel memberikan perhatian terhadap segala keluhan wisatawan					
Variabel Biaya Perjalanan (X2)						
6	Harga Paket wisata yang ditawarkan sesuai dengan harga yang ditawarkan saat promosi					
7	Harga paket wisata sudah termasuk biaya parkir kendaraan					
8	Harga paket wisata sudah termasuk biaya konsumsi selama di Objek Wisata Pulau Pandang					
9	Harga paket wisata sudah termasuk biaya penyebrangan kapal pulang pergi dari pelabuhan ke Pulau Pandang					
10	Harga paket wisata sudah termasuk fasilitas yang digunakan wisatawan selama di Pulau Pandang					
Variabel Sarana & Prasarana (X3)						
11	Pulau Pandang memiliki wilayah yang cukup luas					

12	Pulau Pandang memiliki fasilitas yang memadai					
13	Fasilitas seperti Toilet, kursi, tempat santai, spot foto juga sangat lengkap					
14	Koneksi Internet di Pulau Pandang juga sangat bagus					
15	Dan Akses penginapan disana juga aman dan nyaman					
Variabel Jumlah Permintaan (Y)						
16	Salah satu alasan wisatawan berkunjung ke Objek wisata pulau pandang adalah karena Kenyamanan dan Keindahan yang diberikan Pulau Pandang saat berwisata					
17	Pulau Pandang adalah wisata alam yang harga tiketnya dapat dibeli oleh semua kalangan masyarakat baik secara perorangan maupun dengan keluarga					
18	Pulau pandang memberikan keindahan alam yang membuat anda ingin berkunjung dan berwisata					
19	Apa yang anda butuhkan dan inginkan saat berwisata di Objek Wisata pulau pandang dapat terpenuhi					
20	Kenyamanan yang diberikan saat berwisata di Pulau Pandang membuat anda ingin kembali berkunjung dilain waktu					

LAMPIRAN III
JAWABAN KUISIONER

Pelayanan (x1)					Total (X1)
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
4	2	2	3	4	15
5	5	3	4	4	21
3	3	3	4	4	17
4	3	2	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	5	4	4	3	19
4	3	5	5	4	21
4	3	3	4	4	18
4	3	3	3	4	17
5	3	3	5	5	21
4	3	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18
5	5	4	4	4	22
5	5	3	4	5	22
5	3	5	5	5	23
4	3	4	5	5	21
4	3	3	5	5	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	4	23
5	4	4	3	3	19
4	4	3	4	5	20
5	5	4	5	5	24
3	3	5	4	4	19
5	5	4	5	5	24
4	5	3	5	3	20
5	5	5	5	5	25
5	4	3	4	3	19
5	4	5	5	5	24
4	4	3	3	5	19
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	4	23

4	4	5	3	5	21
4	4	4	5	5	22
4	4	5	4	4	21
5	5	5	4	4	23
5	4	5	5	5	24
5	5	5	3	5	23
5	5	5	4	5	24
5	4	3	5	5	22
5	5	5	4	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	5	4	5	23
2	3	5	4	4	18
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	5	23
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	5	5	5	5	24
4	3	5	5	5	22
4	4	5	5	4	22
3	2	5	4	4	18
3	4	5	3	4	19
5	4	5	4	3	21
4	3	5	4	5	21
4	5	5	5	4	23
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	3	19
5	4	5	4	3	21
5	4	5	4	5	23
3	5	5	4	5	22
3	4	3	4	3	17
3	3	3	3	3	15
5	4	5	5	3	22

3	4	5	5	5	22
3	3	4	4	3	17
3	4	5	4	3	19
3	5	5	5	3	21
5	4	5	5	3	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	4	18
5	5	5	4	4	23
3	4	3	4	3	17
3	3	5	5	3	19
5	4	4	4	3	20
4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

Biaya Perjalanan (x2)					Total (X2)
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
4	3	5	3	3	18
5	5	5	5	2	22
5	4	4	4	3	20
4	3	5	4	5	21
4	3	3	4	4	18
3	3	5	4	4	19
4	4	4	4	5	21
4	4	5	4	5	22
4	5	5	3	5	22
5	3	2	4	4	18
3	2	4	3	5	17
4	4	5	3	4	20
3	4	2	3	5	17
4	4	4	3	5	20
5	3	3	5	5	21
5	2	2	5	5	19
5	3	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	3	4	5	21

4	3	2	4	5	18
4	4	2	4	5	19
3	4	5	3	5	20
5	3	4	4	4	20
5	3	5	5	5	23
4	5	5	5	3	22
5	4	5	2	5	21
3	5	3	5	5	21
5	2	5	5	5	22
3	2	4	4	3	16
5	4	5	4	4	22
5	4	4	4	3	20
5	4	4	5	4	22
4	4	3	3	5	19
5	5	4	5	4	23
5	4	5	4	4	22
4	5	4	3	3	19
4	4	3	4	4	19
5	3	2	4	4	18
5	4	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	4	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	5	5	4	5	24
5	4	5	5	4	23
4	4	5	4	4	21
2	4	5	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	3	22
5	5	5	2	4	21
5	4	4	5	5	23
4	5	4	4	5	22
5	4	5	5	3	22
5	3	4	4	5	21
4	5	5	3	3	20

4	5	5	4	4	22
4	4	5	5	3	21
3	4	3	5	5	20
5	5	5	2	5	22
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	3	5	4	5	21
3	4	5	5	4	21
3	4	5	5	4	21
5	4	5	4	4	22
5	3	5	5	4	22
3	5	5	4	5	22
3	4	4	4	5	20
3	5	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
3	4	5	4	5	21
3	5	4	5	5	22
3	5	5	5	5	23
3	4	4	5	4	20
5	5	5	4	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	4	5	24
4	5	5	3	2	19
4	4	4	2	2	16
2	5	5	4	2	18
3	5	5	4	3	20
3	5	3	4	5	20
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
3	2	5	5	5	20
5	4	5	5	5	24

Sarana Prasarana (X3)					Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
4	4	3	3	4	18
4	4	3	4	4	19
4	3	3	3	3	16
4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20

3	3	4	3	3	16
4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
4	4	3	3	3	17
4	3	3	4	4	18
4	4	3	4	3	18
4	3	4	4	4	19
4	3	4	4	5	20
5	4	5	4	5	23
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	3	3	4	4	18
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
3	2	3	3	3	14
4	4	4	5	5	22
5	3	3	3	5	19
3	3	4	3	4	17
5	3	3	5	3	19
3	3	5	3	3	17
5	5	5	5	5	25
5	4	5	3	3	20
5	5	4	5	5	24
4	4	2	5	5	20
5	4	4	5	5	23
5	2	4	4	4	19
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	4	21
5	4	4	5	5	23
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23

2	3	4	4	4	17
5	4	5	2	2	18
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	5	22
4	5	4	4	4	21
3	5	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
5	4	2	3	3	17
4	4	4	5	5	22
4	4	2	4	4	18
4	4	3	4	4	19
5	4	5	4	4	22
4	5	4	3	3	19
5	4	4	3	3	19
5	5	4	5	5	24
3	5	5	5	5	23
3	3	4	3	3	16
3	4	2	3	3	15
5	5	4	3	3	20
3	4	5	5	5	22
3	5	5	3	3	19
3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15
5	4	4	3	3	19
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	4	5	5	5	24
3	5	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	3	17

3	3	3	3	3	15
5	5	5	3	3	21
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20

Jumlah Permintaan (Y)					Total (Y)
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
3	4	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
4	5	2	4	5	20
3	4	4	3	5	19
5	4	4	3	5	21
4	3	3	3	5	18
5	4	4	4	4	21
3	4	4	4	5	20
2	4	4	5	4	19
4	5	5	3	5	22
4	3	4	2	5	18
3	4	4	4	4	19
3	3	4	4	3	17
4	4	5	4	4	21
3	5	5	3	2	18
5	5	5	2	5	22
5	5	4	3	5	22
5	5	4	5	5	24
4	4	4	5	3	20
5	4	4	3	4	20
4	4	5	4	4	21
3	3	5	4	3	18
4	5	4	3	4	20
5	5	5	3	5	23
5	4	3	5	4	21
5	5	5	4	3	22
3	3	4	5	5	20
5	5	5	2	5	22
4	3	5	2	5	19
5	5	5	4	4	23

3	5	4	4	2	18
4	5	5	4	4	22
3	4	5	4	4	20
4	5	4	5	5	23
5	5	4	4	5	23
4	4	4	5	3	20
3	4	5	4	4	20
3	5	5	3	4	20
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	5	23
4	5	5	5	5	24
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	4	2	4	4	18
4	2	5	4	5	20
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	5	24
5	5	4	5	4	23
4	5	5	4	5	23
4	4	5	5	4	22
5	5	4	4	5	23
4	5	4	3	4	20
3	4	4	5	4	20
4	4	3	5	4	20
4	4	3	4	4	19
4	3	5	4	2	18
4	5	4	5	4	22
4	4	4	5	2	19
4	4	4	4	3	19
5	4	5	3	5	22
4	3	4	4	4	19
4	3	5	4	4	20
4	5	5	4	4	22
4	5	3	3	5	20

5	3	3	5	2	18
4	3	3	4	2	16
5	3	5	5	4	22
4	5	3	4	5	21
4	3	3	4	5	19
5	3	3	5	4	20
4	3	3	5	4	19
4	3	5	4	4	20
4	5	5	5	5	24
3	5	5	5	4	22
4	5	5	5	5	24
5	4	3	5	3	20
3	4	5	4	4	20
3	2	3	5	4	17
4	3	3	5	3	18
3	3	5	5	5	21
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	3	5	2	5	20
5	5	5	4	5	24

LAMPIRAN IV

TABEL T

Tabel Nilai t

d.f	<i>t</i> 0.10	<i>t</i> 0.05	<i>t</i> 0.025	<i>t</i> 0.01	<i>t</i> 0.005	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

Sumber: *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Dr. Imam Ghozali)

LAMPIRAN V

TABEL F

Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05													
df Penyebut (N2)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00	1,95	1,91	1,87	1,85
82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00	1,95	1,91	1,87	1,85
83	3,96	3,11	2,72	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	2,00	1,95	1,91	1,87	1,85
84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,90	1,87	1,85
85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99	1,94	1,90	1,87	1,85
86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99	1,94	1,90	1,87	1,85
87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99	1,94	1,90	1,86	1,85
88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99	1,94	1,90	1,86	1,85
89	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99	1,94	1,90	1,86	1,85
90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99	1,94	1,90	1,86	1,85
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,98	1,94	1,90	1,86	1,85
92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,94	1,89	1,86	1,85
93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,93	1,89	1,86	1,85
94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,93	1,89	1,86	1,85
95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,93	1,89	1,85	1,85
96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98	1,93	1,89	1,85	1,85
97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98	1,93	1,89	1,85	1,85
98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98	1,93	1,89	1,85	1,85
99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98	1,93	1,89	1,85	1,85
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,97	1,93	1,89	1,85	1,85

LAMPIRAN VI

TABEL r

df= (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,5470
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3480
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,3422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1976	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

LAMPIRAN VII

HASIL OUTPUT

A. Uji Validitas

1. Pelayanan (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38,3258	22,881	,603	,729
X1.2	38,4831	22,593	,615	,725
X1.3	38,2921	22,436	,582	,727
X1.4	38,3371	24,362	,499	,751
X1.5	38,3933	23,082	,565	,735
Pelayanan	21,3146	7,014	1,000	,691

2. Biaya Perjalanan (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38,2360	14,591	,307	,621
X2.2	38,3596	14,756	,279	,628
X2.3	38,0787	14,096	,354	,607
X2.4	38,2360	14,410	,354	,609
X2.5	38,1124	15,260	,464	,649
Biaya_Perjalanan	21,2247	4,335	1,000	,169

3. Sarana dan Prasarana

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	36,8989	30,842	,541	,773
X3.2	37,0449	30,566	,600	,767
X3.3	37,0337	30,033	,594	,763

X3.4	37,0112	28,329	,790	,735
X3.5	36,9663	28,306	,785	,735
Saran_Prasarana	20,5506	9,046	1,000	,788

4. Jumlah Permintaan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	37,7753	15,903	,432	,646
Y.2	37,6966	14,600	,570	,607
Y.3	37,6180	15,966	,377	,656
Y.4	37,8202	17,990	,480	,728
Y.5	37,6854	15,354	,431	,641
Jumlah_Permintaan	20,9551	4,771	1,000	,337

B. Uji Reabilitas

1. Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,766	6

2. Biaya Perjalanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,641	6

3. Sarana dan Prasarana (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	6

4. Jumlah Permintaan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	6

C. Uji Asumsi Klasik

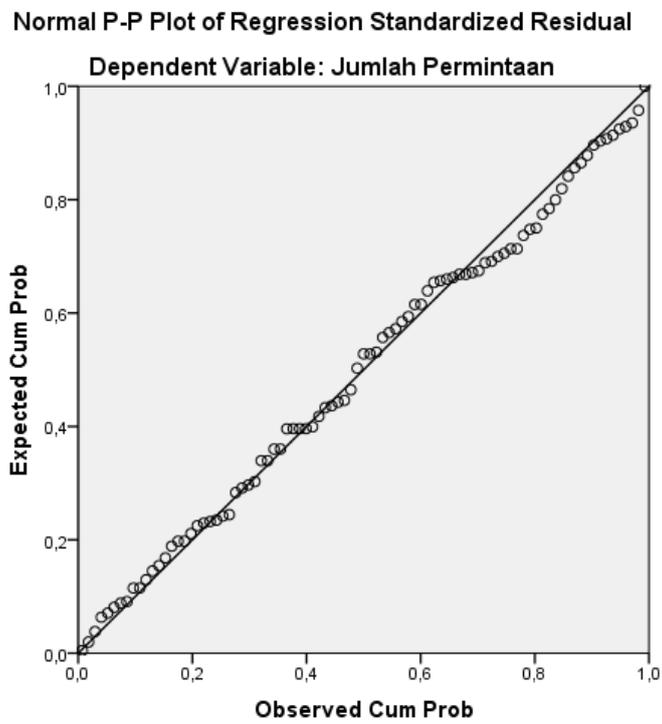
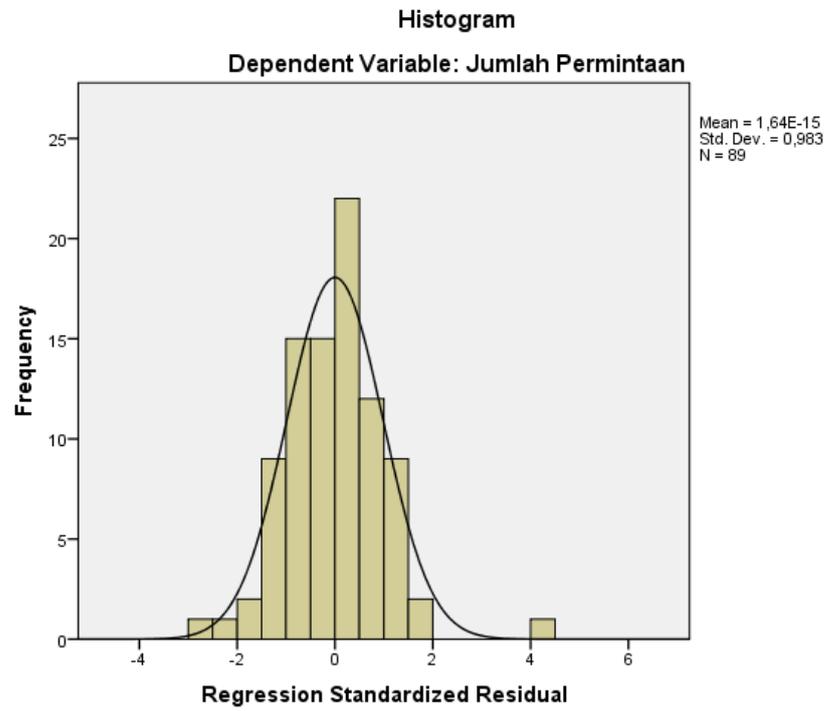
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,05739946
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,039
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



2. Uji Multikolinearitas

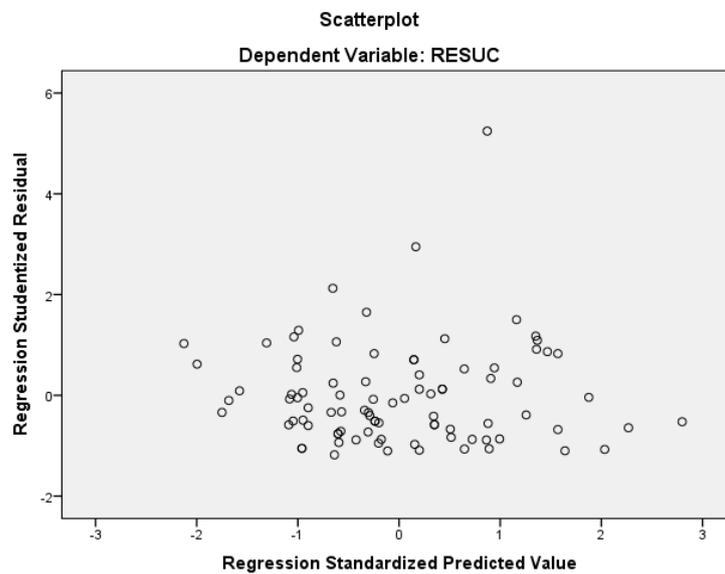
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,305	1,260		1,830	,071		
	Pelayanan	,180	,060	,218	3,002	,004	,523	1,911
	Biaya Perjalanan	,359	,064	,342	5,614	,000	,742	1,347
	Sarana dan Prasarana	,350	,054	,482	6,476	,000	,497	2,013

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

3. Uji Heterodastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,799	,793		1,007	,317
	Pelayanan	,002	,038	,007	,045	,964
	Biaya Perjalanan	,014	,040	,044	,347	,729
	Sarana dan prasarana	-,015	,034	-,069	-,451	,653

a. Dependent Variable: RESUC



4. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,305	1,260		1,830	,071			
	Pelayanan	,180	,060	,218	3,002	,004	,696	,310	,158
	Biaya Perjalanan	,359	,064	,342	5,614	,000	,672	,520	,295
	Sarana dan Prasarana	,350	,054	,482	6,476	,000	,796	,575	,340

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

5. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	321,428	3	107,143	92,559	,000 ^b
	Residual	98,392	85	1,158		
	Total	419,820	88			

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

b. Predictors: (Constant), Sarana dan Prasarana, Biaya Perjalanan, Pelayanan

6. Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,875 ^a	,766	,757	1,07590	,766	92,559	3	85	,000

a. Predictors: (Constant), Sarana dan Prasarana, Biaya Perjalanan, Pelayanan

7. Uji Regresi Linier Bergamda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,305	1,260		1,830	,071			
	Pelayanan	,180	,060	,218	3,002	,004	,696	,310	,158
	Biaya Perjalanan	,359	,064	,342	5,614	,000	,672	,520	,295
	Sarana dan Prasarana	,350	,054	,482	6,476	,000	,796	,575	,340

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan

8. Uji Valuasi ekonomi Variabel Biaya Perjalanan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	5,995	1,776		3,375	,001			
	Biaya Perjalanan	,705	,083	,672	8,462	,000	,672	,672	,672

a. Dependent Variable: Jumlah permintaan

LAMPIRAN VIII
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Wenda Isnani Mandasari
2. NIM : 0501172123
3. Tempat/Tgl Lahir : B.P Mandoge, 29 Juli 1999
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Desa Sei Meranti Kec. Torgamba Kab. Labuhan Batu Selatan

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 117476 Sei Daun Berijazah tahun 2011
2. Tamatan SMP Negeri 2 Torgamba Berijazah tahun 2014
3. Tamatan SMK Swasta Al-Washliyah 2 Perdagangan Berijazah tahun 2017

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Bendahara OSIS tahun 2016
2. Anggota DEMA Febi UINSU tahun 2017
3. Anggota Organisasi UIE tahun 2017
4. Anggota Organisasi Bahasa E2AR (Economic English Arabic Rabbani) tahun 2018
5. Anggota Organisasi HIPMI PT UINSU tahun 2018
6. Anggota HMJ EKI tahun 2019