

**Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi
Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Travel Cost Method**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Mareta Aulya Puspita Dewy

Nomor Mahasiswa : 14313044

Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

**Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi
Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Travel Cost Method**

SKRIPSI

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1

Program Studi Ilmu Ekonomi,

pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Mareta Aulya Puspita Dewy

Nomor Mahasiswa : 14313044

Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 6 Maret 2018

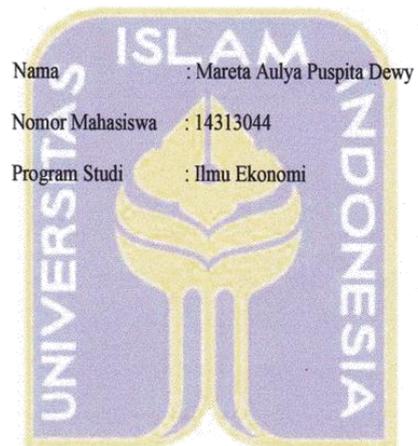
Penulis,



Mareta Aulya Puspita Dewy

PENGESAHAN

Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi
Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Travel Cost Method



Nama : Mareta Aulya Puspita Dewy
Nomor Mahasiswa : 14313044
Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, 20 Maret 2018

telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Indah Susantun', is written over the printed name.

Indah Susantun, Dra. M.Si

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

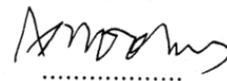
**ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA TEBING BREKSI KABUPATEN SLEMAN
DENGAN PENDEKATAN TRAVEL COST METHOD**

Disusun Oleh : **MARETA AULYA PUSPITA DEWY**
Nomor Mahasiswa : **14313044**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 9 April 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Indah Susantun, Dra., M.Si.



Penguji : Achmad Tohirin, Drs., MA.,Ph.D



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia




Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

“Hati yang tenang adalah ketika hati seorang manusia dengan ikhlas menjadikan Allah sebagai tolak ukur pikiran, lisan, dan perilakunya. Jika seorang manusia memilih yang lain daripada itu, maka dia sungguh telah memilih keresahan sebagai jalan hidupnya.”

(Al-Ghazali)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

“Lakukan yang terbaik, sehingga aku tak akan menyalahkan diriku sendiri atas segalanya.”

(Magdalena Neuner)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Untuk orang tua saya Bapak Paryoto S.Ag, Ibu Ermi Tarwiyah S.Pd.I dan adekku Putri yang tiada hentinya memberikan doa, dukungan dan kasih sayangnya hingga saat ini. Selain itu skripsi ini juga saya persembahkan untuk Amri Nur Cahyo yang menjadi penyemangatku untuk berjuang di setiap waktu.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Travel Cost Method”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan dengan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Ibu Indah Susantun, Dra. M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Akhsyim Affandi MA. Ph.D selaku Kepala Jurusan Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Dwi Anjar Suseno selaku Pengurus Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi dan karyawan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

6. Orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi Bapak Paryoto, Ibu Ermi Tarwiyah, adekku Putri dan sepupuku Sofia Aulia yang selalu memberikan kasih sayangnya, mendoakan, menasehati, menyemangati dan memberikan dukungan.
7. Amri Nur Cahyo yang selalu memberikan doa dan dukungannya. Terimakasih untuk perhatiannya selama ini.
8. Sahabat dan teman sepermainan yang selalu bersama dan menyemangati satu sama lain hingga ketahap ini Rajeng Assyifa, Arum Anitasari, Rizki Mardyan Saputra, Lia Ayu R, teman-teman dari Bridging Program A dan semua teman-teman Ilmu Ekonomi angkatan 2014 seperjuangan yang telah banyak membantu, berbagi ilmu dan saling mendukung dalam kegiatan kuliah, IE satu IE keluarga IE satu keluarga.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas perhatian dan bantuan ide sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 Maret 2018

Penulis,

Mareta Aulya Puspita Dewy

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pengesahan Ujian.....	iv
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	vii
Halaman Kata Pengantar.....	viii
Halaman Daftar Isi.....	ix
Halaman Daftar Tabel.....	xii
Halaman Daftar Gambar.....	xiii
Halaman Daftar Lampiran.....	xiv
Halaman Abstrak.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	2
2.1 Kajian Pustaka.....	2
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Teori Permintaan.....	12
2.2.2 Hukum Permintaan.....	13
2.2.3 Pariwisata dan Permintaan Pariwisata.....	13
2.2.4 Pengertian Pariwisata.....	17
2.2.5 Jenis Pariwisata.....	18

2.2.6 Pengertian Wisatawan	21
2.2.7 Aspek Penawaran Pariwisata	21
2.2.8 Aspek Pendekatan Permintaan Pariwisata	23
2.2.9 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata	23
2.2.10 Hubungan Kepariwisata dengan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat ...	25
2.2.11 Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)	26
2.2.12 Kesiapan untuk Membayar (Willingness to Pay)	27
2.3 Penjelasan Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1 Hubungan Variabel Pendapatan dengan Permintaan Rekreasi	28
2.3.2 Hubungan Variabel Biaya Perjalanan dengan Permintaan Rekreasi	29
2.3.3 Hubungan Variabel Jarak dengan Permintaan Rekreasi	29
2.3.4 Hubungan Variabel Keindahan dengan Permintaan Rekreasi	29
2.4 Kerangka Pemikiran	30
2.5 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	11
3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data	11
3.2 Definisi Operasional Variabel	11
3.3 Metode Analisis	33
3.4 Pengujian Asumsi Klasik	33
3.4.1 Uji Normalitas	334
3.4.2 Uji Heteroskedastisitas	334
3.4.3 Uji Autokorelasi	35
3.4.4 Uji Multikolinieritas	35
3.4.5 Uji F Statistik	35
3.4.6 Uji T Statistik	36
3.4.7 Uji Validitas	38
3.4.8 Uji Reliabilitas	38
3.4.9 Koefisien Determinasi R-squared (R^2)	39

BAB IV HASIL DAN ANALISIS	32
4.1 Deskripsi Data Penelitian	32
4.2 Analisis Deskripsi Responden.....	411
4.2.1 Analisis Deskripsi Pendapatan Wisatawan	411
4.2.2 Analisis Deskripsi Biaya Perjalanan Wisatawan	422
4.2.3 Analisis Deskripsi Jarak	433
4.2.4 Analisis Deskripsi Keindahan Objek Wisata	433
4.3 Hasil Regresi Linear Berganda	444
4.3.1 Uji Normalitas	455
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	466
4.3.3 Uji Autokorelasi	478
4.3.4 Uji Multikolinieritas	48
4.3.5 Uji F Statistik	49
4.3.6 Uji T Statistik	50
4.3.7 Uji Validitas	51
4.3.8 Uji Reliabilitas	52
4.3.9 Koefisien Determinasi R-squared (R^2).....	52
4.3.10 Interpretasi Data	53
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	411
5.1 Kesimpulan	411
5.2 Implikasi.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Tujuan Wisata Baru Terpopuler Anugerah Pesona Indonesia 2017	3
1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Wisata Tebing Breksi 2016.....	5
4.1 Data Klasifikasi Pendapatan Wisatawan.....	41
4.2 Data Status Pekerjaan Responden.....	42
4.3 Data Klasifikasi Biaya Perjalanan Wisatawan.....	42
4.4 Data Klasifikasi Jarak	43
4.5 Data Penilaian Keindahan Objek Wisata	43
4.6 Hasil Regresi Linear Berganda	44
4.7 Uji Normalitas.....	44
4.8 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.9 Uji Autokorelasi	47
4.10 Multikolinearitas	48
4.11 Uji Validitas	51
4.12 Uji Reliabilitas	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
4.1 Peta Wilayah Kabupaten Sleman.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Data Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi	62
II. Data Klasifikasi Pendapatan Wisatawan	63
III. Data Status Pekerjaan Responden	63
IV. Data Klasifikasi Biaya Perjalanan Wisatawan.....	64
V. Data Klasifikasi Jarak.....	64
VI. Data Penilaian Keindahan Objek Wisata.....	64
VII. Hasil Regresi Linear Berganda.....	65
VIII. Uji Normalitas	65
IX. Uji Heteroskedastisitas	66
X. Uji Autokorelasi	67
XI. Uji Multikolinearitas	67
XII. Uji Validitas.....	68
XIII. Uji Reliabilitas.....	68
XIV. Kuisisioner Penelitian.....	69

ABSTRAK

Objek wisata Tebing Breksi merupakan salah satu objek wisata unggulan di Yogyakarta yang semakin populer dengan keindahan panorama yang ditawarkan dan potensi-potensi yang memungkinkan objek ini untuk terus berkembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh dari pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, jarak tempat tinggal wisatawan dengan objek wisata dan keindahan alam terhadap permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Data penelitian menggunakan data primer dengan pengambilan sampel yang digunakan adalah *Quoted Accidental Sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang (ditujukan kepada siapa saja yang ditemui di lokasi Objek Wisata namun dibatasi jumlahnya kepada para pengunjung di objek wisata Tebing Breksi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Individual Travel Cost Method (ITCM)* dengan alat analisis *Regresi Linear Berganda*. Jumlah kunjungan ke objek wisata Tebing Breksi sebagai variabel dependen dan empat variabel sebagai variabel independen yaitu pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, jarak dan keindahan objek wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen dalam persamaan regresi, tiga diantaranya berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi yaitu pendapatan wisatawan, jarak dan keindahan objek wisata.

Kata kunci : Individual Travel Cost Method (ITCM), Regresi Linear Berganda, Tebing Breksi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dan kaya akan sumber daya alamnya yang melimpah. Berbagai macam kekayaan sumber daya yang di miliki Indonesia seperti flora, fauna, beserta potensi alam yang memiliki keindahan maupun keunikan tersendiri sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan domestik maupun mancanegara. Daya tarik ini mendorong masyarakat untuk mendirikan industri pariwisata. Industri pariwisata memiliki peranan penting dalam perekonomian seperti pertumbuhan ekonomi dan penghasil devisa negara. Industri pariwisata mampu mendongkrak keterbelakangan dan mampu menambah lapangan kerja sehingga akan memperbaiki perekonomian ke arah yang lebih baik dengan cara memaksimalkan potensi alam di suatu daerah agar menjadi nilai tambah bagi masyarakat sekitar dan sebagai sumber pendapatan daerah.

Usaha menumbuh kembangkan industri pariwisata di Indonesia didukung dengan UU No. 9 Tahun 1990 yang menyebutkan bahwa “Keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatnya taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan rasa cinta lingkungan, serta melestarikan alam dan budaya setempat”. Bahkan pada beberapa daerah menunjukkan bahwa industri pariwisata mampu mendongkrak daerah tersebut dari keterbelakangan dan menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama.

Salah satu metode penilaian untuk mengukur nilai ekonomi suatu wisata alam yang banyak digunakan adalah *Travel Cost Method (TCM)*. Metode Biaya Perjalanan dapat dikatakan sebagai metode yang pertama kali digunakan untuk menduga nilai ekonomi sebuah komoditas yang tidak memiliki nilai pasar (*non-market goods*). Metode ini mempunyai asumsi dasar bahwa setiap individu baik aktual ataupun potensial bersedia mengunjungi sebuah daerah dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat tertentu meskipun tanpa harus membayar biaya masuk (*no entry fee*). Walaupun berasumsi tidak dikenakan biaya masuk, namun terdapat banyak pengunjung yang berasal atau bertempat tinggal jauh dari obyek wisata yang dikunjungi, dalam hal ini terdapat perbedaan “harga” yang harus dibayar antar pengunjung yang satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan manfaat yang sama, seperti biaya transportasi, konsumsi, hotel dan lain-lain. Kondisi ini dalam teori ekonomi dianggap sebagai representasi dari permintaan (*demand*) pengunjung (konsumen) terhadap manfaat tersebut.

Secara prinsip metode biaya perjalanan mengkaji biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Seorang konsumen akan mengorbankan biaya untuk mendatangi tempat tersebut untuk memperoleh kepuasan. Metode ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan pengunjung untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai keuntungan (*benefit*) dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Fanita, 2012).

Pariwisata merupakan sektor unggulan provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Ditinjau secara geografis pariwisata dalam perekonomian wilayah, Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata yang memberikan berbagai pilihan wisata yang beraneka ragam mulai dari bangunan bersejarah hingga fenomena alamnya. Dari deretan kabupaten yang ada di wilayah Yogyakarta salah satunya yaitu kabupaten Sleman. Salah satu wisata unggulan yang dimiliki Kabupaten Sleman yaitu Objek Wisata Tebing Breksi, wisata ini terletak di Dusun Groyokan, Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman. Satu Objek wisata ini merupakan objek wisata yang populer, dimana dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) yaitu merupakan rangkaian kegiatan tahunan yang diselenggarakan dalam upaya membangkitkan apresiasi masyarakat terhadap Pariwisata Indonesia.

Tabel 1.1
Tujuan Wisata Baru Terpopuler Anugerah Pesona Indonesia 2017

Kategori Tujuan Wisata Baru Terpopuler (Most Popular New Destinaton)	
Juara I	Taman Breksi -Kab Sleman
Juara II	Pulau Kumala - Kab. Kukar
Juara III	Skywalk - Kota Bandung

Sumber : Anugerah Pesona Indonesia

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Tebing Breksi sebagai juara satu kategori Tujuan Wisata Baru Terpopuler, lebih unggul dari wisata Pulau Kumala yang berada di Kabupaten Kukar dan wisata Skywalk yang terletak di Kota Bandung.

Terbentuknya tebing ini berawal dari sebuah bukit hasil dari endapan abu vulkanik purba yang kemudian menjadi bongkahan tebing yang sering dijadikan

para mahasiswa untuk penelitian, kemudian terkikis oleh penambangan warga yang membentuk keunikan dan menjadi daya tarik masyarakat untuk dikunjungi. Kemudian timbul ide masyarakat sekitar dan pemerintah daerah untuk dijadikan objek wisata. Seiring berjalannya waktu tempat wisata tersebut mengalami perkembangan seperti adanya nilai seni pada tebing yaitu berupa hasil pahatan dan ukiran-ukiran yang membentuk karya seni seperti tokoh-tokoh pewayangan dan sengaja dipahat oleh seniman lokal. Hal itu tidak lepas dari konsep Jogja Geowisata yang mengantar wisatawan ke tempat-tempat berlatar kisah geologis di Yogyakarta. Pada tebing ini pun dibuatkan anak tangga untuk mempermudah wisatawan dalam berkunjung untuk melihat pemandangan dari puncak tebing. Begitu tiba di puncaknya, pengunjung bisa melihat keindahan seperti panorama Candi Ijo dan Candi Ratu Boko yang berlatar Gunung Merapi dan Merbabu. Semua dilakukan sebagai wujud pengembangan pemerintah dan masyarakat sekitar guna menjadikan objek wisata unggulan dan akan menjadi nilai lebih dalam memberikan ruang para wisatawan untuk menikmati keindahannya. Pada bagian kaki tebing juga terdapat Tlatar Seneng yaitu sebuah amphitheatre yang rencananya akan digunakan sebagai tempat pertunjukan.

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Wisata Tebing Breksi Tahun 2016

Bulan	Wisatawan		Jumlah
	Wisman	Wisnus	
Jan	-	2,190	2,190
Feb	-	1,742	1,742
Mar	-	2,380	2,380
April	-	5,950	5,950
Mei	-	9,019	9,019
Juni	-	7,586	7,586
Juli	-	36,668	36,668

Agust	-	24,143	24,143
Sept	-	36,746	36,746
Okt	-	40,282	40,282
Nov	-	37,292	37,292
Des	-	111,457	111,457
Jumlah	-	315,455	315,455

Sumber : Dinas Pariwisata, DIY 2016

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa dalam setahun jumlah pengunjung mengalami fluktuasi dimana kunjungan wisatawan terendah terjadi pada bulan Februari sebesar 1,742 ribu dan kunjungan wisatawan tertinggi terjadi pada bulan Desember yaitu sebesar 111,457 ribu pengunjung. Pada tahun 2016 belum ada kunjungan dari wisatawan mancanegara dan jumlah kunjungan wisatawan yang berasal dari wisatawan nusantara pada tahun tersebut sebesar 315,455 ribu pengunjung.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan ke suatu objek wisata yaitu biaya perjalanan ke tujuan rekreasi, jarak tempat tinggal wisatawan ke objek wisata yang dipengaruhi dengan jauh dekatnya jarak dari rumah pengunjung, atau asal pengunjung ke objek wisata serta besarnya biaya perjalanan yang dikeluarkan hingga sampai ke objek wisata juga akan mempengaruhi keputusan seseorang atau pengunjung untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Jarak yang jauh serta biaya yang mahal akan menurunkan minat pengunjung untuk melakukan suatu kunjungan.

Kemudian faktor lain yang berpengaruh adalah besarnya pendapatan rata-rata wisatawan perbulan. Keluarga wisatawan yang memiliki pendapatan tinggi dan anggota keluarga wisatawan yang lebih sedikit lebih cenderung melakukan kunjungan wisata dibandingkan dengan keluarga yang memiliki pendapatan

rendah dan memiliki jumlah anggota keluarga yang lebih banyak. Selain faktor-faktor tersebut, kepuasan pengunjung juga dapat terukur dari keindahan alam yang disajikan di suatu objek wisata tersebut. Wisatawan bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan kepuasan dari berwisata yang disertai dengan mendapatkan manfaat atau kepuasan dari kunjungan ke suatu objek wisata akan cenderung melakukan kunjungan kembali ke objek wisata tersebut.

Pada kawasan wisata Tebing Breksi tarif tiket hanya dibebankan biaya seikhlasnya dan harga tiket parkir roda dua sebesar Rp 2.000 dan untuk roda empat sebesar Rp 5.000. Namun tidak sebanding dengan biaya pengelolaan dan pengembangan kawasan objek wisata Tebing Breksi tersebut, dengan adanya biaya tiket masuk maka dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan pariwisata di objek wisata tersebut, seperti pengembangan pariwisata yang bertujuan untuk pembangunan di kawasan objek wisata agar lebih menarik dan banyak diminati para wisatawan domestik maupun mancanegara. Maka dari itu perlu dihitung nilai obyek wisata Tebing Breksi dengan menghitung biaya perjalanan yang meliputi: biaya transportasi pulang dan pergi, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya parkir dan biaya lain-lain untuk dapat menikmati jasa wisata tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Travel Cost Method.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah permintaan rekreasi di Objek Wisata Tebing Breksi dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan?
2. Apakah permintaan rekreasi di Objek Wisata Tebing Breksi dipengaruhi oleh biaya perjalanan wisatawan?
3. Apakah permintaan rekreasi di Objek Wisata Tebing Breksi dipengaruhi oleh jarak tempat tinggal wisatawan dengan objek wisata?
4. Apakah permintaan rekreasi di Objek Wisata Tebing Breksi dipengaruhi oleh keindahannya?
5. Bagaimana dan seberapa besar pengaruh dari biaya perjalanan, pendapatan wisatawan, jarak tempat tinggal wisatawan dengan objek wisata dan keindahan objek wisata terhadap permintaan rekreasi di Objek Wisata Tebing Breksi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh pendapatan wisatawan terhadap permintaan rekreasi di Tebing Breksi.
2. Menganalisis pengaruh biaya perjalanan wisatawan terhadap permintaan rekreasi di Tebing Breksi.
3. Menganalisis pengaruh jarak tempat tinggal wisatawan dengan objek wisata terhadap permintaan rekreasi di Tebing Breksi.
4. Menganalisis pengaruh keindahan objek wisata terhadap permintaan rekreasi di Tebing Breksi.

5. Mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh dari biaya perjalanan wisatawan, pendapatan wisatawan, jarak tempat tinggal wisatawan dengan objek wisata dan keindahan objek wisata terhadap permintaan rekreasi di Objek Wisata Tebing Breksi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi penulis, yaitu sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dan sebagai bahan studi serta tambahan ilmu pengetahuan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai sumber referensi penelitian yang berhubungan dengan Travel Cost Method dalam pariwisata.
3. Bagi pemerintah maupun pihak-pihak terkait, yaitu sebagai sumber informasi dan bahan masukan dalam melakukan kebijakan pengelolaan yang disertai pengembangan pariwisata.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab. BAB I memuat uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang disertai dengan sistematika penulisan. BAB II terdiri dari 2 bab yaitu kajian pustaka yang memuat hasil penelitian dari penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik yang sama yang dijadikan acuan penulis dalam melakukan penelitian. Sedangkan pada bab landasan teori memuat teori-teori yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang akan diteliti dan digunakan untuk melandasi penelitian untuk melakukan pembahasan dan pengambilan keputusan sehingga dapat mendukung

penelitian yang akan dilakukan. BAB III berisi tentang jenis data, sumber data dan metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian. BAB IV berisikan bagaimana cara pengolahan data yang dihasilkan dan menganalisis hasil dari olahan data tersebut. BAB V terdiri dari 2 bab yaitu kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan memberikan jawaban atas pertanyaan yang ada pada rumusan masalah. Sedangkan pada bab implikasi berisikan saran atas hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Tazkia dan Hayati (2012) dengan hasil penelitian menggunakan alat regresi linear berganda. Dengan variabel dependen jumlah permintaan wisata Pemandian Air Panas Kalianget dan variabel independennya meliputi : biaya perjalanan ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan, dan tujuan kunjungan. Dari penelitian tersebut diperoleh ada beberapa variabel bebas dalam penelitian ini yang signifikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan rata-rata keluarga per bulan. Sedangkan variabel bebas yang mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Dieng), jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Salma dan Susilowati (2004) dengan hasil penelitian menggunakan alat regresi linear berganda. Jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen yaitu variabel *travel cost* ke Curug Sewu, variabel biaya ke obyek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan dan variabel jarak. Dari keenam

variabel yang diamati hanya dua variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan dan variabel jarak.

Penelitian yang dilakukan oleh Millian dan Yuwana (2010) dengan hasil penelitian menggunakan alat regresi linear berganda. Kunjungan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng sebagai variabel dependen, sedangkan terdapat lima variabel independen yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan menuju objek wisata lain (Baturaden), umur pengunjung, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima variabel independen dua diantaranya tidak signifikan yaitu variabel umur dan variabel jarak. Sedangkan secara parsial dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke objek wisata Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan pengunjung menuju objek wisata lain (Baturaden) dan variabel penghasilan rata-rata per bulan.

Penelitian yang dilakukan oleh Aryanto dan Mardjuka (2005) dengan hasil penelitian menggunakan alat regresi linear berganda. Variabel dependennya Jumlah Kunjungan per 1000 penduduk dan variabel independennya biaya perjalanan, pendapatan/uang saku per bulan, jumlah penduduk potensial dari kecamatan asal pengunjung, pendidikan, waktu kerja per minggu dan waktu luang per minggu. Hasil yang diperoleh yang mempengaruhi jumlah kunjungan yaitu variabel biaya perjalanan, jumlah penduduk, pendidikan dan waktu kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh M. Budi dan Santosa (2013) dengan hasil penelitian menggunakan alat regresi linear berganda. Dengan variabel terikat adalah variabel jumlah permintaan wisata ke objek wisata Masjid Agung Semarang. Sedangkan variabel bebasnya biaya perjalanan ke objek wisata lain

(Kawasan Demak), variabel pendapatan individu, variabel lama perjalanan, variabel waktu, variabel umur, variabel fasilitas dan variabel keindahan Masjid Agung. Hasil yang diperoleh yaitu variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat adalah variabel biaya perjalanan ke objek wisata Masjid Agung Semarang, jarak dan pengalaman berkunjung.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Permintaan

Menurut Sadono Sukirno (2013), teori permintaan menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap sesuatu barang, dengan anggapan bahwa terutama permintaan suatu barang dipengaruhi oleh seberapa besar tingkat harga barang tersebut.

Menurut Michael Parkin (2017), permintaan mengacu pada seluruh hubungan antara harga barang itu sendiri dan jumlah barang yang diminta.

Menurut Suherman Rosyidi (2004), permintaan adalah keinginan kaum konsumen akan barang dan jasa yang ditunjang atau dijamin oleh daya beli, (*demand*). Keinginan yang disertai dengan kesediaan dan kemampuan untuk membeli barang tersebut.

Menurut Fanita (2012), fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan akan sesuatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi. Dengan fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$\mathbf{D_x = f (P_x, P_y, M, S)}$$

Keterangan :

D_x = Permintaan barang

P_x = Harga barang itu sendiri

P_y = Harga barang lain yang mempengaruhi

M = Pendapatan

S = Selera

2.2.2 Hukum Permintaan

Ketika hal-hal yang lain tetap sama, semakin tinggi harga barang tersebut maka jumlah yang diminta akan semakin kecil, dan semakin rendah harga barang tersebut maka jumlah yang diminta akan semakin besar (Parkin, 2017).

Hukum permintaan pada hakikatnya dinyatakan sebagai : Jika harga suatu barang tersebut semakin rendah harga maka permintaan terhadap barang tersebut akan semakin banyak. Namun, jika harga suatu barang tersebut semakin tinggi maka permintaan terhadap barang tersebut justru akan semakin sedikit (Sukirno, 2013).

Menurut Sukirno (2013) ada faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan akan suatu barang selain harga barang itu sendiri. Diantaranya :

a. Harga barang-barang lain

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada tiga jenis, yaitu: (i) barang lain itu merupakan barang pengganti, (ii) barang lain itu merupakan barang pelengkap, (iii) kedua barang tersebut tidak berkaitan sama sekali (barang tersebut bersifat netral). Suatu barang dinamakan barang

pengganti jika barang itu dapat menggantikan fungsi dari barang lain tersebut. Jika harga barang pengganti semakin murah maka barang yang digantikan tersebut akan mengalami perubahan pengurangan dalam permintaan (permintaan akan menjadi sedikit) dan begitu pula sebaliknya. Apabila suatu barang selalu digunakan bersamaan dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap untuk barang lain tersebut. Kenaikan ataupun penurunan permintaan terhadap barang pelengkap maka akan selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Dan jika dua macam barang tersebut tidak mempunyai hubungan yang rapat maka perubahan terhadap permintaan salah satu barang tersebut tidak akan berpengaruh pada permintaan barang lainnya, dan barang ini dinamakan barang netral.

b. Pendapatan para pembeli

Perubahan pendapatan pada konsumen akan selalu menimbulkan perubahan permintaan terhadap berbagai jenis barang. Pada sifat perubahan permintaan yang berlaku, apabila pendapatan konsumen berubah maka berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan yaitu: barang inferior, barang esensial, barang normal dan barang mewah. Barang inferior adalah barang yang banyak diminati atau diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Ketika para konsumen mengalami kenaikan pendapatan maka akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang-barang inferior tersebut dan akan

menggantikan barang tersebut dengan barang-barang lain yang lebih baik mutunya. Barang esensial adalah barang yang sangat penting kaitannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Perbelanjaan seperti ini tidak dapat berubah walaupun pendapatan meningkat. Suatu barang dikatakan barang normal apabila barang tersebut mengalami kenaikan dalam permintaan karena akibat dari kenaikan pendapatan. Jenis-jenis barang yang akan dibeli untuk konsumen yang berpendapatan relatif tinggi dan barang ini termasuk dalam golongan barang mewah. Biasanya barang-barang mewah akan dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan pokok mereka.

c. Distribusi pendapatan

Distribusi pendapatan juga mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya.

d. Cita rasa masyarakat

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Semenjak tahun 1970an, diberbagai negara di dunia terdapat mobil buatan Jepang dan semakin lama semakin populer dan banyak diminati oleh orang-orang yang mengakibatkan mobil-mobil buatan Amerika dan Eropa menjadi merosot. Hal ini menggambarkan bagaimana perubahan cita rasa masyarakat mempengaruhi permintaan akan berbagai jenis barang.

e. Jumlah penduduk

Dengan bertambahnya penduduk maka akan menyebabkan pertambahan permintaan. Pertambahan penduduk biasanya diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian banyak orang yang menerima pendapatan dan ini akan menambah daya beli dalam masyarakat maka akan menambah permintaan.

f. Ekspektasi tentang masa depan

Perubahan-perubahan yang diramalkan tentang keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan naik pada masa depan akan mendorong mereka untuk memutuskan membeli lebih banyak pada masa saat ini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang. Sebaliknya, ramalan masyarakat bahwa lowongan kerja akan bertambah sulit diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, maka akan mendorong masyarakat untuk lebih berhemat dalam pengeluarannya dan akan mengurangi jumlah permintaan.

2.2.3 Pariwisata dan Permintaan Pariwisata

Menurut Fanita (2012) berpendapat bahwa pariwisata adalah satu kesatuan sistem antara karakteristik wisatawan yang akan mempengaruhi kebutuhan dan motivasi dalam tujuannya berwisata, tempat tujuan wisata yang direpresentasikan dalam atraksi dan jasa layanan wisata yang ditawarkan, pemasaran dan ketersediaan akses menuju tempat wisata.

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya bagi wisatawan. Fasilitas dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda-beda pula. Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata diperlukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang daerah tujuan wisata, hotel tempat untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa.

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata dapat terbentuk apabila ada pelaku wisata (*demand*) yang memang mempunyai motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, ketersediaan infrastruktur pendukung, keberadaan obyek wisata dan atraksi wisata yang didukung dengan adanya promosi dan pemasaran yang baik serta pelayanan terhadap para pelaku wisata (*supply*).

2.2.4 Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, “*pari*” artinya sempurna, lengkap, tertinggi, “*wisata*” artinya perjalanan. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang lengkap atau sempurna.

Menurut DR. James J. Spillane, pariwisata adalah suatu kegiatan berupa perjalanan dengan tujuan memperoleh kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olah raga atau istirahat, menunaikan

tugas, berziarah, dan lain-lain. Spillane juga berpendapat bahwa pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan dalam melakukan perjalanan ke dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan biasanya dalam jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut dengan tujuan memanfaatkan waktu senggang, urusan bisnis serta tujuan lainnya.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata (Pasal 1 ayat 3) : Dinyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah.

Sehingga dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian wisata itu mengandung unsur:

1. Kegiatan perjalanan yang dilakukan baik individu maupun kelompok
2. Dilakukan secara sukarela
3. Bertujuan untuk bersenang-senang, mendapat kebahagiaan dan kenikmatan serta mencari kepuasan
4. Bersifat sementara
5. Sekedar bersantai melepas dari rutinitas sejenak
6. Mencari pengalaman baru
7. Perjalanan itu sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata

2.2.5 Jenis Pariwisata

Menurut DR. James J. Spillane (1987), jenis pariwisata meliputi :

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

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya dengan tujuan untuk berlibur, mencari udara segar, mengendorkan ketegangan sarafnya, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, mengetahui hikayat rakyat setempat, mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta di dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang memanfaatkan hari-hari liburnya dengan beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, dan ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

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

4. Pariwisata untuk tujuan olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata ini dapat dibagi dalam dua kategori :

- a) Big Sports Event, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti Olympiade Games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain.

b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli teori, perjalanan usaha ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan.

6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Peran untuk jenis pariwisata ini semakin lama maka akan semakin penting. Tanpa menghitung banyaknya konvensi atau konferensi nasional. Konvensi dan pertemuan berbentuk seperti ini sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau negara penyelenggara. Jika pada taraf- taraf perkembangannya konvensi-konvensi semacam ini hanya dilakukan secara tradisional di beberapa kota tertentu, maka sekarang berbagai tourist resorts atau daerah-daerah wisata banyak yang menawarkan diri untuk dijadikan tempat konferensi.

Jika dilihat dari jenis pariwisata menurut DR. James J. Spillane diatas, maka objek wisata Tebing Breksi termasuk dalam jenis *Pleasure Tourism* karena dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, mengendorkan ketegangan sarafnya, melihat sesuatu yang baru dan untuk menikmati keindahan alam.

2.2.6 Pengertian Wisatawan

Kata wisatawan berasal dari bahasa Sangsakerta, dari kata “**wisata**” yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran “**wan**” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam bahasa Inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut *traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *tourist*.

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolah raga serta untuk menuntut ilmu dan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau mengunjungi sebuah negara tertentu. Organisasi Wisata Dunia (WTO), menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara asing dan menginap paling sedikit 24 jam atau maksimal enam bulan di tempat tersebut.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009, wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan berekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, namun dalam jangka waktu yang sementara (Pasal 1 ayat 1).

2.2.7 Aspek Penawaran Pariwisata

Menurut DR. James J. Spillane berikut merupakan faktor-faktor aspek penawaran pariwisata :

1) Proses Produksi Industri Pariwisata

Penciptaan kesempatan kerja yang bersifat langsung dan sangat menonjol adalah di bidang perhotelan, suatu industri jasa yang bersifat padat karya (relatif terhadap modal yang ditanam). Bidang-bidang lainnya seperti biro-biro perjalanan, pramuwisata, pusat-pusat rekreasi dan kantor-kantor pariwisata pemerintah (pusat & daerah) memerlukan pula tenaga-tenaga yang terampil/ahli, namun dalam persentasenya relatif kecil. Jenis-jenis lapangan kerja seperti diutarakan di muka dapat dikatakan sebagai konsekuensi logis dari perkembangan pariwisata.

2) Pentingnya Tenaga Kerja serta Penyediaannya

Perkembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan kesempatan kerja, walaupun khususnya bidang perhotelan, bersifat padat karya. Namun demikian tenaga kerja yang dibutuhkan adalah mereka yang memiliki keterampilan teknis dan manajerial *know-how*. Untuk itu diperlukan pendidikan dan kejuruan yang efektif.

3) Pentingnya Infrastruktur/Prasarana

Motivasi yang mendorong orang untuk mengadakan perjalanan akan menimbulkan permintaan-permintaan yang sama mengenai prasarana, sarana-sarana perjalanan dan perhubungan, sarana-sarana akomodasi dan jasa-jasa, serta persediaan-persediaan lain.

2.2.8 Aspek Pendekatan Permintaan Pariwisata

Menurut Ariyanto 2005, menjelaskan ada tiga pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan permintaan pariwisata, tiga pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Pendekatan ekonomi, pendapat para ekonom mengatakan dimana permintaan pariwisata menggunakan pendekatan elastisitas permintaan/pendapatan dalam menggambarkan hubungan antara permintaan dengan tingkat harga ataukah permintaan dengan variabel lainnya.
- b) Pendekatan geografi, sedangkan para ahli geografi berpendapat bahwa untuk menafsirkan permintaan harus berpikir lebih luas dari sekedar penaruh harga, sebagai penentu permintaan karena termasuk yang telah melakukan perjalanan maupun yang karena suatu hal belum mampu melakukan wisata karena suatu alasan tertentu.
- c) Pendekatan psikologi, para ahli psikologi berpikir lebih dalam melihat permintaan pariwisata, termasuk interaksi antara kepribadian calon wisatawan, lingkungan dan dorongan dari dalam jiwanya untuk melakukan kepariwisataan.

2.2.9 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

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

- a) Harga, harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata maka akan memberikan imbas/timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian/calon wisata, sehingga permintaan wisatapun akan berkurang begitupula sebaliknya.

- b) Pendapatan, apabila pendapatan suatu negara tinggi maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi.
- c) Sosial Budaya, dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau dengan kata lain berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.
- d) Intensitas Keluarga, banyak/sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.
- e) Harga Barang Substitusi, disamping kelima aspek diatas, harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, dimana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti kepuasan yang dijadikan cadangan dalam berwisata seperti : Bali sebagai tujuan Wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal Bali tidak dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat kepuasan sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya kedaerah terdekat seperti Malaysia (Kuala Lumpur dan Singapura).
- f) Harga Barang Komplementer, merupakan sebuah barang yang saling membantu atau dengan kata lain barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi, dimana apabila dikaitkan dengan pariwisata barang

komplementer ini sebagai obyek wisata yang saling melengkapi dengan Obyek Wisata lainnya.

2.2.10 Hubungan Kepariwisataaan dengan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat

Menurut Fanita (2012) bahwa pertumbuhan ekonomi didefinisikan sebagai proses kenaikan output per kapita dalam jangka panjang, yang menekankan pada tiga aspek, yaitu : proses, output per kapita dan jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi sebagai suatu “proses” mengandung makna bahwa pertumbuhan ekonomi bukan merupakan suatu gambaran ekonomi pada saat tertentu, melainkan dilihat dari aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu bagaimana suatu perekonomian berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Dalam kaitannya dengan output per kapita, pertumbuhan ekonomi dilihat dari sisi output totalnya (GDP) dan sisi jumlah penduduknya. Dengan demikian untuk menganalisis suatu pertumbuhan ekonomi, teori yang digunakan harus mampu menjelaskan GDP total dan jumlah penduduk. Aspek jangka panjang dalam suatu pertumbuhan ekonomi, juga perlu dilihat untuk memperhitungkan apakah ada kenaikan output per kapita dalam jangka waktu atau tidak. Jika terjadi kenaikan, maka terjadi pertumbuhan ekonomi, demikian pula sebaliknya.

Jadi dari dua teori diatas hubungan antara ekonomi kepariwisataan dengan ekonomi masyarakat bila suatu daerah di bangun tempat-tempat wisata maka secara tidak langsung penduduk sekitar akan mengalami dampak pertumbuhan ekonomi, karena tempat-tempat wisata tersebut akan menarik lapangan pekerjaan dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar tempat wisata tersebut.

2.2.11 Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)

Pada awalnya pendekatan biaya perjalanan digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan, dalam pendekatan ini juga menjelaskan kesediaan masyarakat untuk membayar atas jasa lingkungan yang diberikan di tempat tersebut. Dalam memperkirakan nilai tempat wisata akan menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata maka akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang bertempat tinggal dekat dengan lokasi wisata tersebut akan dapat lebih sering untuk berkunjung karena didukung biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang bertempat tinggal jauh dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada wisatawan yang bertempat tinggal lebih dekat dari tempat wisata tersebut (Fanita, 2012).

Travel Cost Method terdapat dua teknik yang digunakan dalam menentukan nilai ekonomi yaitu :

1. Pendekatan melalui zonasi, yaitu pendekatan yang relatif simpel dan murah dikarenakan data yang diperlukan menggunakan data sekunder disertai beberapa data sederhana dari responden ketika survei. Dimulai dari analisis terhadap

lokasi yang akan dituju dengan cara menentukan partisi area yang terdapat di sekitar lokasi tujuan. Setiap zona memiliki dugaan jumlah pengunjung dan populasi dalam periode satu tahun. Tahap selanjutnya yaitu menduga biaya perjalanan dari lokasi asal ke lokasi tujuan.

2. Pendekatan individual Travel Cost Method dengan menggunakan data sebagian besar dari hasil survei, yaitu pendekatan yang didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei dan dilakukan dengan teknik statistika. Di dalam menentukan fungsi permintaan untuk kunjungan wisata, pendekatan ini lebih menggunakan teknik ekonometrik seperti regresi sederhana dan kelebihan dalam teknik ini akan mendapatkan hasil yang lebih akurat.

2.2.12 Kesiediaan untuk Membayar (Willingness to Pay)

Menurut Djijono (2002) mengatakan bahwa konsep dasar dalam penilaian ekonomi yang mendasari semua teknik adalah kesiediaan membayar dari individu untuk jasa-jasa lingkungan atau sumber daya. Penilaian (valuasi) adalah kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan konsep dan metodologi untuk menduga nilai barang dan jasa.

Teknik penilaian manfaat, didasarkan pada kesiediaan konsumen membayar perbaikan atau kesiediaan menerima kompensasi dengan adanya kemunduran kualitas lingkungan dalam sistem alami serta kualitas lingkungan sekitar. Kesiediaan membayar atau kesiediaan menerima merefleksikan preferensi individu, kesiediaan membayar dan kesiediaan menerima adalah 'bahan mentah' dalam penilaian ekonomi.

Menurut Djijono (2002) menyatakan bahwa terdapat tiga cara yang bisa digunakan untuk mengungkap nilai WTP seseorang atas perbaikan kualitas lingkungan yaitu :

1. Melihat seberapa besar pengeluaran seseorang untuk mengurangi dampak dari buruknya kualitas lingkungan terhadap dirinya. Artinya pengeluaran itu juga bisa menggambarkan kesediaan seseorang untuk menikmati kualitas lingkungan yang lebih baik.
2. Melihat nilai pasar dari barang atau jasa yang berada di dua pasar dengan kualitas lingkungan berbeda. Kualitas lingkungan yang lebih baik cenderung meningkatkan nilai pasar. Nilai dari peningkatan inilah yang menggambarkan kesediaan seseorang untuk membayar perbaikan kualitas lingkungan.
3. Kedua cara diatas merupakan pendekatan tidak langsung dari penaksiran WTP. Untuk cara ketiga adalah pendekatan langsung yang dilakukan dengan survei atau menanyakan langsung kesediaan seseorang untuk menikmati perubahan kualitas lingkungan.

2.3 Penjelasan Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Variabel Pendapatan dengan Permintaan Rekreasi

Pendapatan rata-rata wisatawan per bulan dapat menimbulkan perubahan permintaan terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Tebing Breksi. Objek Wisata Tebing Breksi sebagai barang normal, ketika para wisatawan mengalami kenaikan pendapatan maka permintaan terhadap objek wisata juga akan mengalami peningkatan.

2.3.2 Hubungan Variabel Biaya Perjalanan dengan Permintaan Rekreasi

Besarnya biaya perjalanan yang dikeluarkan para wisatawan menuju ke objek wisata akan mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung. Semakin tinggi besarnya biaya perjalanan akan menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung dan berpengaruh terhadap permintaan objek wisata Tebing Breksi.

2.3.3 Hubungan Variabel Jarak dengan Permintaan Rekreasi

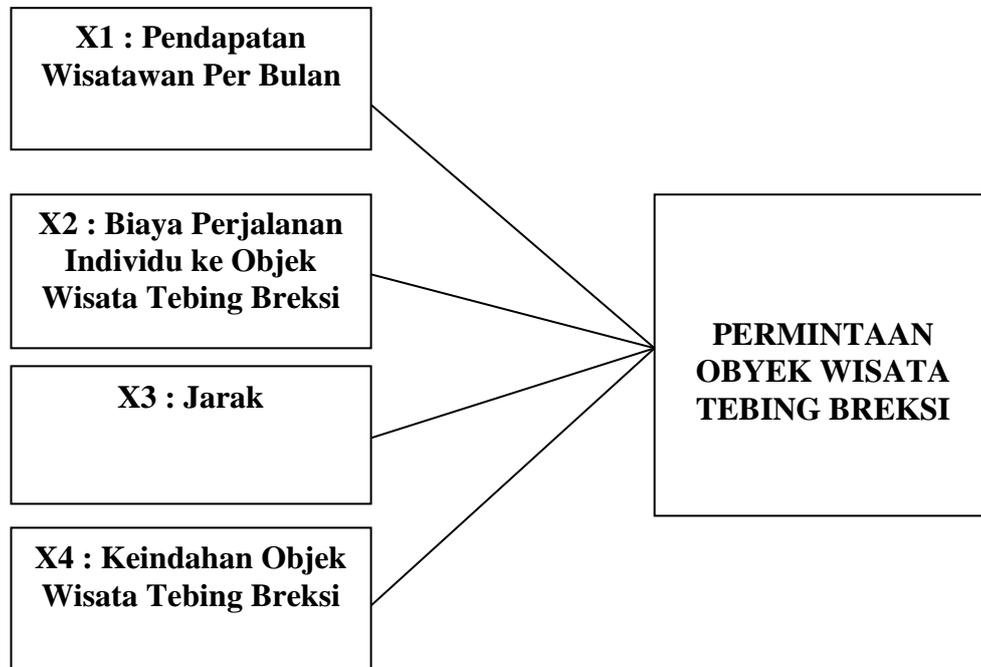
Semakin jauh tempat tinggal pengunjung dengan lokasi objek wisata maka akan semakin tinggi biaya yang dikeluarkan seperti biaya transportasi maka akan menurunkan minat untuk berkunjung dan jumlah permintaan di objek wisata Tebing Breksi akan mengalami penurunan.

2.3.4 Hubungan Variabel Keindahan dengan Permintaan Rekreasi

Kepuasan pengunjung juga dapat terukur dari keindahan alam yang ditawarkan di objek wisata tersebut. Semakin menarik bahkan pengunjung memperoleh manfaat dari kunjungan tersebut maka pengunjung akan cenderung melakukan kunjungan kembali. Sehingga akan meningkatkan jumlah permintaan di objek wisata Tebing Breksi.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

- a. Diduga Pendapatan Wisatawan berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan objek wisata Tebing Breksi.
- b. Diduga Biaya Perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan objek wisata Tebing Breksi.
- c. Diduga Jarak berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan objek wisata Tebing Breksi.
- d. Diduga Keindahan objek wisata berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan objek wisata Tebing Breksi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber informasi. Data primer adalah hasil dari wawancara secara langsung kepada responden, dengan cara penyebaran kuisioner yang berisi daftar pertanyaan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung di Objek Wisata Tebing Breksi. Sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen atau responden dan semakin besar sampel akan memberikan nilai yang lebih akurat. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Quoted Accidental Sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang (ditujukan kepada siapa saja yang ditemui di lokasi Objek Wisata namun dibatasi jumlahnya).

3.2 Definisi Operasional Variabel

1) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah permintaan rekreasi di objek wisata yang diukur melalui banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama satu tahun terakhir ke Objek Wisata Tebing Breksi. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satuan (Kali).

2) Variabel Independen (X)

a. Pendapatan Wisatawan (X1)

Total pendapatan rata-rata keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, penghasilan berdasarkan uang saku yang diperoleh setiap bulan. Variabel ini diukur dalam satuan (Rp).

b. Biaya Perjalanan (X2)

Total biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata. Biaya perjalanan ini meliputi: biaya transportasi pulang dan pergi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lainnya. Variabel ini diukur dalam satuan (Rp).

c. Jarak (X3)

Jarak tempat tinggal wisatawan dengan objek wisata. Variabel ini diukur dengan satuan Kilo meter (Km).

d. Keindahan Objek Wisata (X4)

Menjelaskan tentang penilaian wisatawan terhadap objek wisata. Seberapa besar kepuasan yang didapatkan wisatawan dalam menikmati keindahan yang diberikan. Variabel ini diukur dengan memilih pada pilihan yang sudah disediakan (Persepsi Pengunjung).

Maka, Pola hubungan variabel di atas dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$D_{\text{rekreasi}} = f(X_1, X_2, X_3, X_4)$$

Keterangan:

D_{rekreasi} = Permintaan Rekreasi di Objek Wisata Tebing Breksi (Kali)

- X_1 = Pendapatan Wisatawan (Rp)
 X_2 = Biaya Perjalanan (Rp)
 X_3 = Jarak (Km)
 X_4 = Keindahan Objek Wisata (Persepsi Wisatawan 1-4)

3.3 Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda, regresi ini digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen dan independen. Alat analisis yang digunakan dalam mengolah data penelitian ini menggunakan Eviews 8 dan SPSS.

Variabel dependen terdiri dari satu variabel sedangkan variabel independen berjumlah lebih dari satu variabel. Model matematis regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + e$$

dimana Y = variabel dependen, X_1 = variabel independen, β = koefisien regresi, dan e = error

3.4 Pengujian Asumsi Klasik

Model regresi *Ordinary Least Squares/OLS*, yang merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*), dengan asumsi :

1. Non Multikolinearitas, yaitu variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lainnya tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna.

2. Homoskedastisitas, yaitu variabel independen adalah konstan atau sama untuk setiap nilai tertentu dari variabel independen.
3. Non Autokorelasi, yaitu tidak terdapat pengaruh dari variabel dalam model melalui tenggang waktu (time lag). Misalnya, nilai suatu variabel saat ini akan berpengaruh juga terhadap nilai variabel lain pada masa yang akan datang.
4. Nilai rata-rata kesalahan (error) populasi pada model stokastiknya sama dengan nol.
5. Variabel independen adalah non stokastik atau pada setiap kali percobaan secara berulang-ulang nilainya konstan.
6. Distribusi kesalahan pada error (e) adalah normal.

3.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual yang dibentuk dengan model regresi linear terdistribusi normal atau tidak (Widarjono, 2013). Metode yang digunakan untuk mendeteksi dengan menggunakan Uji Jarque-Bera (J-B). Pengujian apakah terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas Jarque-Bera (J-B) dengan tingkat α .

3.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk menunjukkan ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dan residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya dalam model regresi. Varians error konstan disebut homoskedastisitas dan jika tidak konstan maka disebut heteroskedastisitas. Maka ada beberapa metode dalam uji heteroskedastisitas tersebut, seperti : Breusch Pagan-Godfrey, Harvey, Glejser, ARCH, White dan lain-lain (Widarjono, 2013).

3.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menunjukkan adanya korelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lain yang berlainan waktu. Kaitannya dengan asumsi metode OLS, autokorelasi ini merupakan korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan yang lain. Sedangkan asumsi penting dalam metode OLS salah satunya adalah tidak adanya hubungan antara variabel gangguan satu dengan variabel gangguan yang lainnya (Widarjono, 2013).

3.4.4 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan antara variabel independen dalam satu regresi. Sedangkan salah satu asumsi model regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*) adalah non multikolinearitas, yaitu variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lainnya tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna (Widarjono, 2013).

3.4.5 Uji F Statistik

Uji F atau juga uji simultan merupakan tahap dalam mengidentifikasi model regresi tersebut layak atau tidak. Layak dimaksudkan bahwa model estimasi tersebut layak digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Widarjono, 2013).

Hipotesis :

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_a : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ artinya semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 :

1. Jika F hitung $>$ F kritis maka menolak H_0 yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika F hitung $<$ F kritis maka gagal menolak H_0 yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.4.6 Uji T Statistik

Uji T Statistik dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen (Widarjono, 2013).

1. Variabel Pendapatan Wisatawan (X_1)

Uji hipotesis positif satu sisi

- a. H_0 : $\beta_1 = 0$, artinya variabel pendapatan rata-rata perbulan wisatawan tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.
- b. H_a : $\beta_1 > 0$, artinya variabel pendapatan rata-rata perbulan wisatawan berpengaruh positif terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

2. Variabel Biaya Perjalanan (X2)

Uji hipotesis negatif satu sisi

- a. $H_0 : \beta_2 = 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke objek wisata tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.
- b. $H_a : \beta_2 < 0$, artinya variabel biaya perjalanan ke objek wisata berpengaruh negatif terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

3. Variabel Jarak (X3)

Uji hipotesis negatif satu sisi

- a. $H_0 : \beta_3 = 0$, artinya variabel jarak wisatawan dengan objek wisata tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.
- b. $H_a : \beta_3 < 0$, artinya variabel jarak wisatawan dengan objek wisata berpengaruh negatif terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

4. Variabel Keindahan Objek Wisata (X4)

Uji hipotesis positif satu sisi

- a. $H_0 : \beta_5 = 0$, artinya variabel keindahan objek wisata tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.
- b. $H_a : \beta_5 > 0$, artinya variabel keindahan objek wisata berpengaruh positif terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 :

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka menolak H_0 yang artinya secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka gagal menolak H_0 yang artinya secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.4.7 Uji Validitas

Uji validitas yaitu tingkat kehandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang akan di ukur.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor. Menurut Azwar (2012), validitas isi merupakan validitas yang diperoleh melalui penilaian dari beberapa penilai yang kompeten.

3.4.8 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dalam kuesioner dapat dipergunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten atau reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Berkaitan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Sebuah alat ukur dinyatakan reliabel apabila data yang

diperoleh dari alat ukur tersebut menunjukkan hasil yang sama meskipun di ukur pada kondisi atau waktu yang berbeda (Sugiyono, 2012).

Uji reliabilitas alat ukur pada penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu instrument penelitian mengindikasi memiliki reliabilitas yang memadai jika koefisien alpha cronbach lebih besar atau sama dengan 0.70.

3.4.9 Koefisien Determinasi R-squared (R^2)

Koefisien Determinasi R-squared (R^2) digunakan untuk menunjukkan seberapa baik garis regresi yang menjelaskan variabel dependen dengan menggunakan koefisien determinasi (Widarjono, 2013).

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Tebing Breksi terletak di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), secara geografis Kabupaten Sleman terletak diantara 110° 33' 00" dan 110° 13' 00" Bujur Timur, 7° 34' 51" dan 7° 47' 30" Lintang Selatan. Luas wilayah Kabupaten Sleman adalah 574,82 km² dengan jumlah penduduk 1 180 479 jiwa. Wilayah Kabupaten Sleman sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Boyolali, Provinsi Jawa Tengah, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kulon Progo, Provinsi DIY dan Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah dan sebelah selatan berbatasan dengan Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul dan Kabupaten Gunung Kidul.

Tebing Breksi merupakan sebuah bukit hasil dari endapan abu vulkanik purba, kemudian terkikis oleh penambangan warga yang membentuk keunikan dan menjadi daya tarik masyarakat untuk dikunjungi. Kemudian mengalami perkembangan seperti adanya nilai seni pada tebing yaitu berupa hasil pahatan dan ukiran-ukiran yang membentuk karya seni seperti tokoh-tokoh pewayangan dan sengaja dipahat oleh seniman lokal. Selain keindahan tebing juga menawarkan pemandangan dari puncak tebing seperti keindahan panorama Candi Ijo dan Candi Ratu Boko yang berlatar Gunung Merapi dan Merbabu.



Gambar 4.1
Peta Wilayah Kabupaten Sleman

Kondisi topografi Kabupaten Sleman dengan keadaan tanahnya dibagian selatan relatif datar kecuali daerah perbukitan, dibagian tenggara Kecamatan Prambanan dan sebagian di Kecamatan Gamping. Semakin ke utara relatif miring dan dibagian utara sekitar Lereng Merapi relatif terjal serta terdapat sekitar 100 sumber mata air. Hampir setengah dari luas wilayah merupakan tanah pertanian yang subur dengan didukung irigasi teknis di bagian barat dan selatan.

4.2 Analisis Deskripsi Responden

4.2.1 Analisis Deskripsi Pendapatan Wisatawan

Tabel 4.1
Klasifikasi Pendapatan Wisatawan

Klasifikasi Pendapatan Responden	Jumlah
0.1 - 1 jt	24
1.1 jt - 2 jt	12
2.1 jt - 3 jt	7

3.1 jt - 4 jt	5
4.1 jt - 5 jt	2
Jumlah Keseluruhan Responden	50

Tabel 4.2
Status Pekerjaan Responden

Status Pekerjaan	Jumlah
Pelajar/Mahasiswa	34
PNS/Pegawai BUMN	6
TNI/Polri	0
Pegawai Swasta	10
Jumlah Keseluruhan Responden	50

Dari hasil klasifikasi pendapatan di atas diperoleh bahwa pengunjung objek wisata terbanyak kisaran pendapatannya antara 0.1 - 1 jt rupiah. Sedangkan rata-rata pendapatan keseluruhan responden dari data penelitian sebesar 1782014 rupiah. Dimana pada range maupun dari hasil kuisisioner penelitian tersebut, pengunjung didominasi oleh responden yang masih berstatus pelajar atau mahasiswa.

4.2.2 Analisis Deskripsi Biaya Perjalanan Wisatawan

Tabel 4.3
Klasifikasi Biaya Perjalanan Wisatawan

Klasifikasi Biaya Perjalanan	Jumlah
1000 – 100000	33
101000 – 200000	11
201000 – 300000	3
301000 – 400000	1
401000 – 500000	0
501000 – 600000	1
601000 – 700000	0
701000 – 800000	1
Jumlah Keseluruhan Responden	50

Dari hasil klasifikasi biaya perjalanan di atas diperoleh bahwa pengunjung objek wisata terbanyak kisaran biaya perjalanannya antara 1000 - 100000 rupiah. Sedangkan rata-rata biaya perjalanan keseluruhan responden dari data penelitian sebesar 111250 rupiah.

4.2.3 Analisis Deskripsi Jarak

Tabel 4.4
Klasifikasi Deskripsi Jarak

Pilihan	Perkiraan jarak tempat tinggal responden dengan objek wisata :	
1	Kurang dari 5 KM	2
2	5 - 10 KM	4
3	10 - 20 KM	22
4	Lebih dari 20 KM	22
	Jumlah Responden Keseluruhan	50

Berdasarkan hasil di atas diperoleh ada dua nilai terbanyak yaitu pada jarak 10 - 20 KM yang artinya jarak yang tidak begitu dekat namun juga tidak terlalu jauh dari lokasi objek wisata dan pada jarak lebih dari 20 KM yang artinya jarak yang jauh dari lokasi objek wisata. Maka dapat disimpulkan bahwa pengunjung objek wisata didominasi oleh kedua jarak tersebut. Sedangkan rata-rata jarak dari keseluruhan responden dari data penelitian sebesar 3.28 pada jarak 10 - 20 KM, dimana dapat dijelaskan bahwa pengunjung berasal tidak begitu jauh dari lokasi wisata atau tempat tinggal para pengunjung masih dalam cakupan wilayah objek wisata.

4.2.4 Analisis Deskripsi Keindahan Objek Wisata

Tabel 4.5
Klasifikasi Keindahan Objek Wisata

Pilihan	Penilaian responden terhadap keindahan objek wisata :	
1	Sangat indah	27

2	Indah	17
3	Biasa saja	6
4	Jelek	0
	Jumlah Responden Keseluruhan	50

Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap keindahan objek wisata adalah sangat indah. Sedangkan rata-rata penilaian keindahan dari keseluruhan responden dari data penelitian sebesar 1.58 yang artinya pengunjung beranggapan bahwa objek wisata Tebing Breksi adalah indah.

4.3 Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6
Hasil Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 03/08/18 Time: 11:59

Sample: 1 50

Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.905532	0.385106	7.544758	0.0000
X1	-1.41E-07	6.18E-08	-2.280785	0.0273
X2	-1.12E-07	5.67E-07	-0.197211	0.8446
X3	-0.485640	0.101565	-4.781550	0.0000
X4	0.247422	0.103072	2.400477	0.0206
R-squared	0.443012	Mean dependent var	1.440000	
Adjusted R-squared	0.393502	S.D. dependent var	0.643967	
S.E. of regression	0.501509	Akaike info criterion	1.552248	
Sum squared resid	11.31799	Schwarz criterion	1.743450	
Log likelihood	-33.80619	Hannan-Quinn criter.	1.625059	
F-statistic	8.947930	Durbin-Watson stat	1.799437	
Prob(F-statistic)	0.000021			

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 8 (2018)

Secara spesifik fungsi permintaan yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 2.905532 - 1.41E-07X_1 - 1.12E-07X_2 - 0.485640X_3 + 0.247422X_4$$

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual yang dibentuk dengan model regresi linear terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan Uji Jarque-Bera (J-B). Pengujian apakah terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas Jarque-Bera (J-B) dengan tingkat α .

Hipotesis :

H_0 : Residual terdistribusi normal

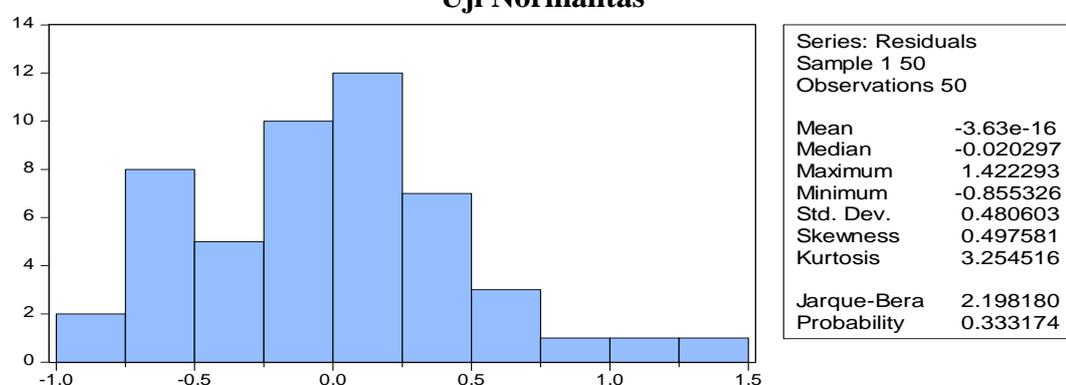
H_1 : Residual tidak terdistribusi normal

$\alpha = 5\%$

Keterangan :

1. Jika Jarque-Bera (J-B) hitung lebih besar dari $\alpha = 5\%$ maka dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal.
2. Jika Jarque-Bera (J-B) hitung lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ maka dapat dikatakan bahwa data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.7
Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olah Data Eviews 8 (2018)

Berdasarkan uji normalitas di atas diperoleh nilai probabilitas Jarque-Bera (J-B) hitung sebesar 0.333174 dimana lebih besar dari $\alpha = 5\%$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal yang artinya asumsi klasik tentang kenormalan telah terpenuhi.

4.3.2 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk menunjukkan ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dan residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya dalam model regresi. Varians error konstan disebut homoskedastisitas dan jika tidak konstan maka disebut heteroskedastisitas.

Hipotesis :

H_0 : Varians error bersifat homoskedastisitas

H_1 : Varians error bersifat heteroskedastisitas

Statistik Pengujian : Uji White

$\alpha = 5\%$

Keterangan :

1. Jika nilai Prob. Chi Square dari Obs*R-squared lebih besar dari $\alpha = 5\%$ maka menerima H_0 yang artinya varians error bersifat homoskedastisitas.
2. Jika nilai Prob. Chi Square dari Obs*R-squared lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ maka menolak H_0 yang artinya varians error bersifat heteroskedastisitas.

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.638674	Prob. F(14,35)	0.8142
Obs*R-squared	10.17426	Prob. Chi-Square(14)	0.7493
Scaled explained SS	9.289905	Prob. Chi-Square(14)	0.8120

Berdasarkan dari hasil Uji White diperoleh nilai Prob. Chi Square dari Obs*R-squared sebesar 0.7493 dimana nilai tersebut lebih besar dari $\alpha = 5\%$ maka menerima H_0 yang artinya varians error bersifat homoskedastisitas. Sehingga model tidak terdapat permasalahan heteroskedastisitas.

4.3.3 Autokorelasi

Uji autokorelasi menunjukkan adanya korelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lain yang berlainan waktu. Kaitannya dengan asumsi metode OLS, autokorelasi ini merupakan korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan yang lain. Sedangkan asumsi penting dalam metode OLS salah satunya adalah tidak adanya hubungan antara variabel gangguan satu dengan variabel gangguan yang lainnya.

Hipotesis :

H_0 : Tidak ada masalah autokorelasi

H_1 : Ada masalah autokorelasi

Statistik Pengujian : Uji Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test

$\alpha = 5\%$

Keterangan :

1. Jika nilai Prob. Chi Square dari Obs*R-squared lebih besar dari $\alpha = 5\%$ maka menerima H_0 yang artinya tidak ada masalah autokorelasi.
2. Jika nilai Prob. Chi Square dari Obs*R-squared lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ maka menolak H_0 yang artinya ada masalah autokorelasi.

Tabel 4.9
Uji Autokorelasi
Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.287610	Prob. F(2,43)	0.7515
Obs*R-squared	0.660032	Prob. Chi-Square(2)	0.7189

Dari hasil Uji Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test diperoleh nilai Prob. Chi Square dari Obs*R-squared sebesar 0.7189 dimana lebih besar dari $\alpha = 5\%$ maka menerima H_0 yang artinya tidak ada masalah autokorelasi.

4.3.4 Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan antara variabel independen dalam satu regresi. Sedangkan salah satu asumsi model regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*) adalah non multikolinieritas, yaitu variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lainnya tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah multikolinieritas di dalam model regresi berganda dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF semakin besar atau melebihi 10 maka dapat dikatakan model mengandung multikolinieritas.

Tabel 4.10
Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors
Date: 03/08/18 Time: 12:06
Sample: 1 50
Included observations: 50

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.148307	29.48315	NA
X1	3.82E-15	3.515993	1.106255
X2	3.22E-13	2.034458	1.242232

X3	0.010316	23.29613	1.233710
X4	0.010624	6.293782	1.021367

Dari hasil Variance Inflation Factor (VIF) di atas diperoleh bahwa keempat nilai VIF tersebut tidak melebihi 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas.

4.3.5 Uji F Statistik

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis :

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_a : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ artinya semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 :

1. Jika F hitung $>$ F kritis maka menolak H_0 yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika F hitung $<$ F kritis maka gagal menolak H_0 yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perhitungan besarnya F kritis :

$$\alpha = 5\%$$

$$\text{Denominator (n2)} = n - k = 50 - 5 = 45$$

$$\text{Numerator (n1)} = k - 1 = 5 - 1 = 4$$

$$F \text{ kritis} = 2.61$$

Hasil dari estimasi nilai F hitung adalah 8.947930 dan diperoleh F kritis sebesar 2.61. Nilai F hitung lebih besar dari F kritis maka menolak H_0 yang artinya secara bersama-sama variabel independen pendapatan wisatawan, biaya perjalanan wisatawan, jarak dan keindahan objek wisata berpengaruh terhadap variabel dependen permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

4.3.6 Uji T Statistik

Uji T Statistik dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen.

1. Uji terhadap Variabel Pendapatan Wisatawan

Nilai t hitung adalah - 2.280785 ;Degree of freedom (df) = $n-k = 50-5 = 45$; $\alpha = 5\%$ diperoleh t tabel sebesar 1.684. Dengan demikian, t hitung lebih besar dari t tabel maka menolak H_0 yang artinya secara parsial variabel pendapatan wisatawan berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

2. Uji terhadap Variabel Biaya Perjalanan

Nilai t hitung adalah - 0.197211 ;Degree of freedom (df) = $n-k = 50-5 = 45$; $\alpha = 5\%$ diperoleh t tabel sebesar 1.684. Dengan demikian, t hitung lebih kecil dari t tabel maka gagal menolak H_0 yang artinya secara parsial variabel biaya perjalanan tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

3. Uji terhadap Variabel Jarak

Nilai t hitung adalah - 4.781550 ;Degree of freedom (df) = $n-k = 50-5 = 45$; $\alpha = 5\%$ diperoleh t tabel sebesar 1.684. Dengan demikian, t hitung lebih besar

dari t tabel maka menolak H_0 yang artinya secara parsial variabel jarak berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

4. Uji terhadap Keindahan Objek Wisata

Nilai t hitung adalah 2.400477 ;Degree of freedom (df) = $n-k = 50-5 = 45$; $\alpha = 5\%$ diperoleh t tabel sebesar 1.684. Dengan demikian, t hitung lebih besar dari t tabel maka menolak H_0 yang artinya secara parsial variabel keindahan objek wisata berpengaruh signifikan positif terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

4.3.7 Uji Validitas

Tabel 4.11
Uji Validitas
(Hasil Analisis Faktor)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.500
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	Df	.545 1
	Sig.	.460

Sumber: SPSS

Anti-image Matrices

		JARAK	KEINDAHAN
Anti-image Covariance	JARAK	.989	-.106
	KEINDAHAN	-.106	.989
Anti-image Correlation	JARAK	.500 ^a	-.107
	KEINDAHAN	-.107	.500 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Nilai KMO sebesar 0.500 menunjukkan bahwa instrumen valid karena sudah memenuhi batas 0.50. Korelasi anti image menghasilkan korelasi yang cukup tinggi untuk masing-masing item dan bernilai sama, yaitu jarak (X3)

sebesar 0.500 dan keindahan (X4) sebesar 0.500. Maka dapat dinyatakan bahwa 2 item yang digunakan untuk mengukur konstruk kepuasan instrinsik memenuhi kriteria sebagai pembentuk konstruk.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.107	55.339	55.339

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Output ketiga adalah Total Variance Explained menunjukkan bahwa dari 2 item yang digunakan, hasil ekstraksi SPSS menjadi 1 faktor dengan kemampuan menjelaskan konstruk sebesar 55.339%.

4.3.8 Uji Reliabilitas

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.192	2

Sumber: SPSS

Pada reliability statistics diperoleh nilai alpha cronbach sebesar 0.192 dimana nilai alpha cronbach lebih kecil dari 0.70, maka dapat disimpulkan bahwa analisis data tidak reliabel.

4.3.9 Koefisien Determinasi R-squared (R^2)

Koefisien Determinasi R-squared (R^2) digunakan untuk menunjukkan seberapa baik garis regresi yang menjelaskan variabel dependen dengan menggunakan koefisien determinasi.

Hasil dari estimasi menunjukkan nilai R-squared sebesar 0.443012 yang artinya variabel independen Pendapatan wisatawan, Biaya perjalanan wisatawan, jarak dan keindahan objek wisata mampu menjelaskan variabel dependen permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi sebesar 44.30% dan sisanya sebesar 55.70% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

4.3.10 Interpretasi Data

Pengaruh dari masing-masing variabel pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, jarak dan keindahan objek wisata terhadap permintaan rekreasi di objek wisata tebing breksi.

1. Koefisien Pendapatan Wisatawan (X1)

Nilai koefisien variabel pendapatan rata-rata perbulan wisatawan sebesar - 1.41E-07 menyatakan bahwa apabila pendapatan wisatawan naik 1 rupiah maka akan menurunkan jumlah kunjungan sebesar 0.000000141orang. Nilai koefisien pendapatan yang bernilai negatif menjelaskan bahwa hubungan ini apabila jika wisatawan yang berpenghasilan tinggi tidak menjadikan objek wisata Tebing Breksi sebagai tujuan utama dalam berwisata. Satu penjelasan terkait hubungan ini adalah individu perkotaan yang berpenghasilan tinggi tidak menjadikan Objek Wisata Tebing Breksi yang berada di wilayah pedesaan sebagai tujuan utama berwisata. Maka Tebing Breksi merupakan barang normal yang cenderung inferior, dimana semakin tinggi penghasilan pengunjung maka wisatawan akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu perlu dilakukan pengembangan objek wisata namun tidak terlalu berlebihan karena tidak akan memberikan

perubahan yang tinggi terhadap jumlah kunjungan. Namun jika dilakukannya pengembangan yang besar terhadap objek wisata dapat menaikkan harga untuk berkunjung menjadi tinggi sehingga dapat menurunkan jumlah kunjungan.

2. Koefisien Biaya Perjalanan (X2)

Nilai koefisien variabel biaya perjalanan sebesar $-1.12E-07$ menyatakan bahwa apabila biaya perjalanan naik 1 rupiah maka akan menurunkan jumlah kunjungan sebesar 0.000000112 orang. Letak objek wisata Tebing Breksi di daerah pedesaan dan relatif cukup jauh dari perkotaan menyebabkan bertambahnya biaya perjalanan seperti biaya bahan bakar kendaraan, konsumsi dan biaya lain-lain. Dengan demikian hal ini sesuai dengan teori permintaan (*demand theory*), semakin besar biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan dan tanpa dibarengi dengan inovasi untuk pengembangan tempat rekreasi maka akan berdampak pada menurunnya frekuensi permintaan rekreasi di objek wisata.

3. Koefisien Jarak (X3)

Nilai koefisien variabel jarak sebesar -0.485640 menyatakan bahwa apabila jarak meningkat 1 kilo meter maka akan menurunkan jumlah kunjungan sebesar 0.485640 orang. Adanya pertimbangan bahwa semakin jauh jarak yang harus ditempuh maka keinginan untuk melakukan perjalanan akan semakin berkurang. Sedangkan jarak berhubungan dengan waktu tempuh, semakin lama waktu tempuh yang dibutuhkan menuju tempat wisata, maka akan semakin tinggi biaya perjalanan yang dikeluarkan. Sehingga terdapat

kecenderungan wisatawan untuk mengalihkan tujuan wisatanya ke tempat rekreasi yang lebih dekat.

4. Koefisien Keindahan Objek Wisata (X4)

Nilai koefisien variabel keindahan objek wisata sebesar 0.247422 menyatakan bahwa variabel keindahan objek wisata menjelaskan bahwa keindahan objek wisata menjadi daya tarik para wisatawan dan mempengaruhi tingkat frekuensi permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi.

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Travel Cost Method, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel pendapatan rata-rata perbulan wisatawan menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Nilai koefisien pendapatan yang bernilai negatif dan tidak sesuai dengan hipotesisnya.
2. Variabel biaya perjalanan menyatakan bahwa biaya perjalanan tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Nilai koefisien biaya perjalanan yang bernilai negatif namun tidak sesuai dengan hipotesisnya. Hal ini dikarenakan para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Tebing Breksi tidak terlalu menghitung biaya yang dikeluarkan melainkan lebih mementingkan bagaimana memperoleh manfaat dari jasa lingkungan yang ditawarkan oleh objek wisata Tebing Breksi.
3. Variabel jarak menyatakan bahwa jarak berpengaruh terhadap terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Nilai koefisien jarak yang bernilai negatif dan sesuai dengan hipotesisnya.

4. Variabel keindahan objek wisata menyatakan bahwa keindahan berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Nilai koefisien keindahan yang bertanda positif dan sesuai dengan hipotesisnya.
5. Hasil dari estimasi nilai F hitung adalah 8.947930 dan diperoleh F kritis sebesar 2.61. Nilai F hitung lebih besar dari F kritis maka menolak H_0 yang artinya secara bersama-sama variabel independen pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, jarak dan keindahan objek wisata berpengaruh terhadap variabel dependen permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi.
6. Hasil dari estimasi menunjukkan nilai R-squared sebesar 0.443012 yang artinya variabel independen pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, jarak dan keindahan objek wisata mampu menjelaskan variabel dependen permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi sebesar 44.30% dan sisanya sebesar 55.70% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.
7. Hasil dari uji validitas nilai KMO sebesar 0.500 menunjukkan bahwa instrumen valid karena sudah memenuhi batas 0.50. Korelasi anti image menghasilkan korelasi yang cukup tinggi untuk masing-masing item dan bernilai sama, yaitu jarak (X3) sebesar 0.500 dan keindahan (X4) sebesar 0.500. Maka dapat dinyatakan bahwa 2 item yang digunakan untuk mengukur konstruk kepuasan instrinsik memenuhi kriteria sebagai pembentuk konstruk.
8. Hasil dari uji reliability statistics diperoleh nilai alpha cronbach sebesar 0.192 dimana nilai alpha cronbach lebih kecil dari 0.70, maka dapat disimpulkan bahwa analisis data tidak reliabel. Sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk lebih memperhatikan penggunaan waktu dan responden. Hal

ini dikarenakan adanya anomali yaitu kesalahan penggunaan kuisioner seperti menyita waktu para responden untuk mengisinya.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Variabel pendapatan rata-rata perbulan wisatawan menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Nilai koefisien pendapatan yang bernilai negatif dan tidak sesuai dengan hipotesisnya. Nilai koefisien pendapatan yang bernilai negatif dan tidak sesuai dengan hipotesisnya. Satu penjelasan terkait hubungan ini adalah individu perkotaan yang berpenghasilan tinggi tidak menjadikan objek wisata Tebing Breksi yang berada di wilayah pedesaan sebagai tujuan utama berwisata. Maka Tebing Breksi merupakan barang normal yang cenderung inferior, dimana semakin tinggi penghasilan pengunjung maka wisatawan akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu perlu dilakukan pengembangan objek wisata seperti: pengadaan tempat berteduh (gazebo) dengan kapasitas lebih banyak disertai dengan penambahan jumlah bangku terutama pada bagian taman maka pengunjung akan lebih merasa nyaman ketika beristirahat, pembuatan tempat sampah yang lebih banyak kemudian ditempatkan di setiap sudut tempat wisata.
2. Variabel biaya perjalanan menyatakan bahwa biaya perjalanan tidak berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing

Breksi. Nilai koefisien biaya perjalanan yang bernilai negatif namun tidak sesuai dengan hipotesisnya. Hal ini dikarenakan para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Tebing Breksi tidak terlalu menghitung biaya yang dikeluarkan melainkan lebih mementingkan bagaimana memperoleh manfaat dari jasa lingkungan yang ditawarkan oleh objek wisata Tebing Breksi.

3. Variabel jarak menyatakan bahwa jarak berpengaruh terhadap terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Nilai koefisien jarak yang bernilai negatif dan sesuai dengan hipotesisnya. Penjelasan dalam hal ini bahwa jarak berhubungan dengan biaya perjalanan, dekat dan jauhnya tempat tinggal wisatawan dengan lokasi objek wisata menentukan keputusan wisatawan untuk berkunjung. Semakin jauh tempat tinggal wisatawan dari lokasi objek wisata akan menurunkan jumlah kunjungan di Objek Wisata Tebing Breksi.
4. Variabel keindahan objek wisata menyatakan bahwa keindahan berpengaruh terhadap variabel permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi. Nilai koefisien keindahan yang bertanda positif dan sesuai dengan hipotesisnya. Penjelasan dalam hal ini bahwa jika objek wisata semakin memiliki daya tarik bagi wisatawan maka akan meningkatkan jumlah kunjungan di Objek Wisata Tebung Breksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (1997). Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi, Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Arjana, B. G. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Edisi 1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aryanto, R., & Mardjuka, M. Y. (2005). Valuasi Ekonomi dengan Travel Cost Method pada Objek Ekowisata Pesisir. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* , Hal. 58-76.
- Djijono. (2002). Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman. *Makalah Pengantar Falsafah Sains*.
- M, Arifta B., & Santoso, P. B. (2013). Analisis Permintaan Objek Wisata Masjid Agung Semarang. *Jurnal Ekonomi* , Hal. 1-15.
- Millian, D., & Yuwana, S. (2010). Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Ekonomi*.
- Nugroho, S. P. (2010). Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Glagah dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost) di Desa Glagah Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo. *Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Parkin, M. (2017). *Ekonomi (Buku 1: Mikro), Edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosyidi, S. (2004). *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro, Edisi 1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sahlan. (2008). Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost) (Studi Kasus Di Desa Montong Betok Kec.Montong Gading Kabupaten Lombok Timur. *Skripsi Sarjana*.
- Salma, I. A., & Susilowati, I. (2004). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost.
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Sejarah dan Prospeknya, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sukirno, S. (2013). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tazkia, F. O., & Hayati, B. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Ekonomi* , Hal. 1-10.

Widarjono, A. (2013). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya, Cetakan Keempat*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Statistik Pariwisata DIY 2016 dari, <http://www.visitingjogja.com>

Profil Kabupaten Sleman dari, <http://www.slemankab.go.id>

Profil Kabupaten Sleman dari, <http://www.bpkp.go.id>

LAMPIRAN

Lampiran I Data Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Tahun 2017

Responden	Y	X1 (Rp)	X2 (Rp)	X3 (Km)	X4
1	1	600000	32000	3	2
2	3	700000	54000	1	1
3	2	600000	200000	4	3
4	1	550000	33000	3	1
5	1	2000000	110000	4	2
6	1	600000	19000	3	1
7	1	4000000	30000	3	1
8	1	1000000	28000	3	1
9	2	800000	45000	4	3
10	1	5000000	400000	3	1
11	2	1500000	76000	4	1
12	1	3000000	750000	4	2
13	1	3600000	57000	3	2
14	1	3800700	100000	3	1
15	2	3500000	160000	2	1
16	1	250000	550000	4	1
17	2	600000	30000	3	2
18	1	2300000	150000	4	2
19	1	2750000	75000	3	2
20	2	700000	30000	3	2
21	3	650000	13500	2	2
22	2	3000000	15000	2	1
23	2	2500000	22000	3	2
24	1	1800000	265000	4	1
25	1	900000	65000	3	1
26	3	650000	14000	2	2
27	2	1000000	137000	4	3
28	2	1300000	17000	3	2
29	1	2000000	115000	3	2
30	1	1200000	32000	3	1
31	1	800000	300000	4	2
32	1	2000000	39000	4	1
33	1	1500000	172000	4	1
34	1	750000	36000	3	2
35	2	5000000	5000	1	2

36	1	3500000	162000	4	1
37	1	800000	64000	4	1
38	1	1800000	27000	3	1
39	1	1000000	160000	3	1
40	1	1500000	25000	4	1
41	2	1000000	50000	3	3
42	1	3000000	85000	4	1
43	2	2000000	81000	4	2
44	1	1000000	75000	4	1
45	3	800000	50000	3	1
46	1	500000	31000	4	1
47	1	2000000	165000	4	3
48	1	2500000	112000	4	3
49	2	1800000	27000	3	1
50	1	3000000	272000	4	1

Lampiran II
Klasifikasi Pendapatan Wisatawan

Klasifikasi Pendapatan Responden	Jumlah Responden
Rp 250000 - Rp 550000	3
RP 600000 - Rp 900000	14
Rp 950000 - Rp 1250000	6
Rp 1300000 - Rp 1600000	4
Rp 1650000 - Rp 1950000	3
Rp 2000000 - Rp 2300000	6
Rp 2350000 - Rp 2650000	2
Rp 2700000 - Rp 3000000	5
Rp 3050000 - Rp 3350000	0
Rp 3400000 - Rp 3700000	3
Rp 3750000 - Rp 4050000	2
> Rp 5000000	2
Jumlah Responden Keseluruhan	50

Lampiran III
Status Pekerjaan Responden

Status Pekerjaan	Jumlah
Pelajar/Mahasiswa	34
PNS/Pegawai BUMN	6
TNI/Polri	0

Pegawai Swasta	10
Jumlah Keseluruhan Responden	50

Lampiran IV
Klasifikasi Biaya Perjalanan Wisatawan

Klasifikasi Biaya Perjalanan Responden	Jumlah Responden
Rp 5000 - Rp 30000	14
Rp 31000 - Rp 56000	10
Rp 57000 - Rp 82000	7
Rp 83000 - Rp 108000	2
Rp 109000 - Rp 134000	3
Rp 135000 - Rp 160000	4
Rp 161000 - Rp 186000	3
Rp 187000 - Rp 212000	1
Rp 213000 - Rp 238000	0
Rp 239000 - Rp 264000	0
Rp 265000 - Rp 290000	2
Rp 291000 - Rp 316000	1
Rp 317000 - Rp 342000	0
Rp 343000 - Rp 368000	0
Rp 369000 - Rp 394000	0
Rp 395000 - Rp 420000	1
> 420000	2
Jumlah Responden Keseluruhan	50

Lampiran V
Klasifikasi Jarak

Perkiraan jarak tempat tinggal responden dengan objek wisata :	
Kurang dari 5 KM	2
5 - 10 KM	4
10 - 20 KM	22
Lebih dari 20 KM	22
Jumlah Responden Keseluruhan	50

Lampiran VI
Klasifikasi Keindahan Objek Wisata

Penilaian responden terhadap keindahan objek wisata :	
Sangat indah	27
Indah	17
Biasa saja	6

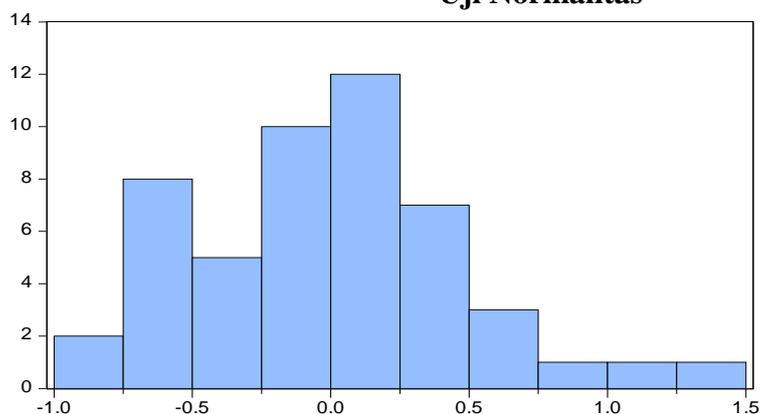
Jelek	0
Jumlah Responden Keseluruhan	50

Lampiran VII Hasil Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 03/08/18 Time: 11:59
Sample: 1 50
Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.905532	0.385106	7.544758	0.0000
X1	-1.41E-07	6.18E-08	-2.280785	0.0273
X2	-1.12E-07	5.67E-07	-0.197211	0.8446
X3	-0.485640	0.101565	-4.781550	0.0000
X4	0.247422	0.103072	2.400477	0.0206
R-squared	0.443012	Mean dependent var	1.440000	
Adjusted R-squared	0.393502	S.D. dependent var	0.643967	
S.E. of regression	0.501509	Akaike info criterion	1.552248	
Sum squared resid	11.31799	Schwarz criterion	1.743450	
Log likelihood	-33.80619	Hannan-Quinn criter.	1.625059	
F-statistic	8.947930	Durbin-Watson stat	1.799437	
Prob(F-statistic)	0.000021			

Lampiran VIII Uji Normalitas



Series: Residuals	
Sample 1 50	
Observations 50	
Mean	-3.63e-16
Median	-0.020297
Maximum	1.422293
Minimum	-0.855326
Std. Dev.	0.480603
Skewness	0.497581
Kurtosis	3.254516
Jarque-Bera	2.198180
Probability	0.333174

Lampiran IX
Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.638674	Prob. F(14,35)	0.8142
Obs*R-squared	10.17426	Prob. Chi-Square(14)	0.7493
Scaled explained SS	9.289905	Prob. Chi-Square(14)	0.8120

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 03/08/18 Time: 12:04

Sample: 1 50

Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.476688	1.016800	0.468812	0.6421
X1^2	1.90E-14	5.14E-14	0.370483	0.7133
X1*X2	1.97E-13	4.42E-13	0.445393	0.6588
X1*X3	1.14E-08	6.89E-08	0.165566	0.8695
X1*X4	9.27E-08	8.81E-08	1.052338	0.2999
X1	-3.52E-07	4.10E-07	-0.857614	0.3969
X2^2	-1.55E-12	2.53E-12	-0.612256	0.5443
X2*X3	4.42E-07	1.60E-06	0.276139	0.7841
X2*X4	2.81E-07	1.06E-06	0.265043	0.7925
X2	-1.91E-06	5.49E-06	-0.348097	0.7299
X3^2	-0.099354	0.080087	-1.240576	0.2230
X3*X4	0.062642	0.172348	0.363464	0.7184
X3	0.385527	0.484843	0.795158	0.4319
X4^2	-0.057583	0.157049	-0.366660	0.7161
X4	-0.211420	0.636265	-0.332284	0.7417
R-squared	0.203485	Mean dependent var		0.226360
Adjusted R-squared	-0.115121	S.D. dependent var		0.343331
S.E. of regression	0.362555	Akaike info criterion		1.052044
Sum squared resid	4.600615	Schwarz criterion		1.625651
Log likelihood	-11.30110	Hannan-Quinn criter.		1.270477
F-statistic	0.638674	Durbin-Watson stat		2.351438
Prob(F-statistic)	0.814219			

Lampiran X Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.287610	Prob. F(2,43)	0.7515
Obs*R-squared	0.660032	Prob. Chi-Square(2)	0.7189

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 03/08/18 Time: 12:05

Sample: 1 50

Included observations: 50

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.039240	0.398061	0.098579	0.9219
X1	6.43E-09	6.34E-08	0.101402	0.9197
X2	-1.40E-07	6.09E-07	-0.230695	0.8186
X3	-0.016160	0.106362	-0.151935	0.8799
X4	0.010700	0.105690	0.101238	0.9198
RESID(-1)	0.096422	0.171315	0.562831	0.5765
RESID(-2)	-0.092778	0.158593	-0.585004	0.5616
R-squared	0.013201	Mean dependent var		-3.63E-16
Adjusted R-squared	-0.124492	S.D. dependent var		0.480603
S.E. of regression	0.509642	Akaike info criterion		1.618959
Sum squared resid	11.16859	Schwarz criterion		1.886642
Log likelihood	-33.47398	Hannan-Quinn criter.		1.720894
F-statistic	0.095870	Durbin-Watson stat		1.969265
Prob(F-statistic)	0.996441			

Lampiran XI Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors

Date: 03/08/18 Time: 12:06

Sample: 1 50

Included observations: 50

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.148307	29.48315	NA

X1	3.82E-15	3.515993	1.106255
X2	3.22E-13	2.034458	1.242232
X3	0.010316	23.29613	1.233710
X4	0.010624	6.293782	1.021367

Lampiran XII Uji Validitas

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.500
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	df	.545 1
	Sig.	.460

Anti-image Matrices

		JARAK	KEINDAHAN
Anti-image Covariance	JARAK	.989	-.106
	KEINDAHAN	-.106	.989
Anti-image Correlation	JARAK	.500 ^a	-.107
	KEINDAHAN	-.107	.500 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.107	55.339	55.339

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lampiran XIII Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.192	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
JARAK KEINDAHAN	3.2800	.78350	50
AN	1.5800	.70247	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Mean Item	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
JARAK KEINDAHAN	1.5800		.493	.107	.
AN	3.2800		.614	.107	.

**Lampiran XIV
KUISIONER PENELITIAN**

Kuisisioner ini akan digunakan sebagai bahan penelitian skripsi sarjana S1. Mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuisisioner ini dengan teliti dan lengkap sehingga dapat menjadi data yang objektif. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan terima kasih.

Nama Responden :
Umur : tahun

Petunjuk pengisian :
Berikanlah tanda (\checkmark) pada setiap daftar pilihan jawaban.

1. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. Alamat Asal:
 - Yogyakarta
 - Luar Yogyakarta, sebutkan
3. Alat transportasi apa yang Bapak/Ibu/Saudara gunakan?
 - Sepeda Motor
 - Mobil
 - Angkutan Umum, sebutkan
 - Lainnya, sebutkan

4. Status Pekerjaan:
 - Pelajar/Mahasiswa
 - PNS/Pegawai BUMN
 - TNI/Polri
 - Pegawai Swasta
 - Lainnya, sebutkan
5. Berapa jumlah pendapatan atau kiriman (untuk pelajar/mahasiswa) per bulan?
Rp
6. Tujuan utama berkunjung ke objek wisata Tebing Breksi: (boleh lebih dari 1 jawaban)
 - Rekreasi
 - Studi penelitian
 - Lainnya, sebutkan
7. Apa yang membuat Anda tertarik ke objek wisata Tebing Breksi?
 - Karena keindahan objek wisata
 - Karena biaya perjalanannya murah
 - Lainnya, sebutkan
8. Darimana Anda memperoleh informasi mengenai objek wisata ini?
 - Biro perjalanan
 - Teman
 - Media sosial
 - Lainnya, sebutkan
9. Berapa kali Anda berkunjung ke tempat ini?
 - 1 kali
 - 2 kali
 - 3 kali
 - > 4 kali
10. Berapa jarak tempat tinggal Anda menuju objek wisata ini?
 - Kurang dari 5 KM
 - 5-10 KM
 - 10-20 KM
 - Lebih dari 20 KM
11. Berapa lama perjalanan yang harus Anda tempuh untuk mencapai objek wisata ini?
..... jam menit
12. Berapa perkiraan biaya yang Anda keluarkan selama perjalanan menuju objek wisata ini?

a) Biaya Transportasi	Rp
b) Biaya Tiket	Rp
c) Biaya Konsumsi	Rp
d) Biaya Dokumentasi	Rp
e) Biaya Parkir	Rp
f) Biaya lain-lain (toilet, dll)	<u>Rp</u>
Total Rp	

13. Menurut Anda, bagaimana fasilitas rekreasi (tempat ibadah, toilet, dll) di objek wisata ini?
- Sangat baik
 - Baik
 - Kurang baik
 - Sangat kurang baik
14. Menurut Anda, bagaimana keindahan objek wisata Tebing Breksi?
- Sangat indah
 - Indah
 - Biasa saja
 - Jelek
15. Menurut Anda, apakah objek wisata ini perlu adanya penambahan fasilitas?
- Sangat perlu
 - Perlu
 - Tidak perlu
- Jika perlu, fasilitas apa yang perlu ditambah?
16. Apa ada harapan dan keinginan Anda untuk kemajuan tempat ini?
