

**ANALISIS PENGARUH JUMLAH WISATAWAN
MANCANEgara, JUMLAH WISATAWAN NUSANTARA DAN
JUMLAH TAMU HOTEL/PENGINAPAN TERHADAP
PENDAPATAN PARIWISATA DI KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN**



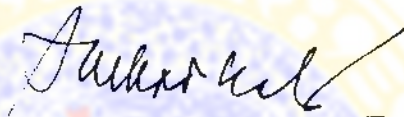
**DIAJUKAN OLEH
DINA ROSETANTY
No. Pokok : 049916452**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2007**

Surabaya, 9-7-07

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Dr. Soekarnoto, SE

NIP: 130 524 077

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH JUMLAH WISATAWAN
MANCANEgara, JUMLAH WISATAWAN NUSANTARA DAN
JUMLAH TAMU HOTEL / PENGINAPAN TERHADAP
PENDAPATAN PARIWISATA DI KABUPATEN MALANG

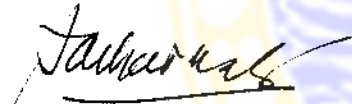
DIAJUKAN OLEH:

DINA ROSETANTY

NIM: 049916452

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. Soekarnoto, SE

NIP: 130 524 077

TANGGAL 24-8-07

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. Hj. Sri Kusreni, M.Si.

NIP: 130 541 826

TANGGAL 06-09-'07

ABSTRAKSI

Tujuan dari tulisan ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari beberapa factor terhadap peningkatan pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang . Faktor –faktor yang dimaksud dalam pembahasan selanjutnya adalah Jumlah Wisatawan Mancanegara , Jumlah Wisatawan Nusantara dan Jumlah Tamu Hotel/Penginapan. Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan menggunakan metode *Ordinary Least Square* [OLS] untuk menganalisis seberapa besar pengaruh factor-faktor tersebut diatas terhadap pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang dan variable manakah yang berpengaruh dominant terhadap pendapatan sector pariwisata. Berdasar hasil regresi linier berganda diketahui bahwa ketiga variable yaitu Jumlah Wisatawan Mancanegara, Jumlah Wisatawan Nusantara dan Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan sector pariwisata. Dan diketahui pula bahwa variabel yang memiliki pengaruh dominant diantara ketiga variable bebas yaitu jumlah Wisatawan Nusantara.



ABSTRACT

The purpose of this research is to know the effect of some factors to the increasement of the Tourism Sector Income at Malang Regency. Those factors in the next discussion are The Total of Foreing Tourists, The Total of Domestic Tourists and The Total of Hotels/ Vacancies Visitors. This research used *Ordinary Least Square* [OLS] method to analyze how significant those factors above to the Tourism Sector Income at Malang Regency and which variable have the dominant effect to it. Based on the Multiple Linearity Regression is know that the three variables which are The Total of Foreign Tourists, The Total of Domestic Tourists and The Total of Hotels/Vacancies Visitors have a significant effect to the Tourism Sector Income at Malang Regency. It is also known that between the three dependent variables which have dominant effect is The Total of Domestic Tourists.



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	23
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Landasan Teori.....	25
2.1.1 Teori Permintaan.....	25
2.1.2 Teori Penawaran.....	32
2.1.3 Permintaan Pariwisata.....	39
2.1.4 Penawaran Pariwisata.....	42
2.1.5 Gambaran Pariwisata.....	45
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	60

	Halaman
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	61
2.3.1 Hipotesis.....	61
2.3.2 Model Analisis.....	62
BAB III. METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Identifikasi Variabel.....	63
3.2 Definisi Operasional.....	63
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	64
3.4 Prosedur Pengumpulan Data.....	65
3.5 Teknik Analisis.....	65
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	68
4.1.1 Letak Geografis dan Astronomis.....	69
4.1.2 Potensi Pariwisata Kabupaten Malang.....	71
4.1.3 Perkembangan Sarana dan Prasarana di Kabupaten Malang.....	76
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	79
4.2.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara.....	79
4.2.1 Jumlah Wisatawan Nusantara.....	81
4.2.3 Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan.....	82
4.2.4 Perkembangan Pendapatan Sektor Pariwisata di Kabupaten Malang.....	84

	Halaman
4.2.5 Pengujian Adanya Pelanggaran Asumsi-asumsi Klasik.....	85
4.3 Pembahasan	95
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	26
Gambar 2.2 <i>The Shift of Demand Curve</i>	27
Gambar 2.3 Gerakan di Dalam Kurva Permintaan <i>(Shift Along the Demand Curve)</i>	28
Gambar 2.4 Gerakan Seluruh Kurva Permintaan <i>(Shift of the Demand Curve)</i>	31
Gambar 2.5 Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan <i>(Shift Along the Supply Curve)</i>	34
Gambar 2.6 Gerakan Seluruh Kurva Permintaan <i>(Shift of the Supply Curve)</i>	36

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Perkembangan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 1988-2002.....	6
Tabel 1.2	Potensi dan Peluang Usaha Wisata Pantai/ Bahari di Kabupaten Malang.....	12
Tabel 1.3	Perkembangan Wisatawan Mancanegara ke Kabupaten Malang Tahun 1990-2002.....	16
Tabel 1.4	Perkembangan Wisatawan Nusantara ke Kabupaten Malang Tahun 1985-2005.....	18
Tabel 1.5	Pendapatan Sektor Pariwisata di Kabupaten Malang.....	20
Tabel 4.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kabupaten Malang Tahun 1985-2005.....	80
Tabel 4.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kabupaten Malang Tahun 1985-2005.....	82
Tabel 4.3	Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan di Kabupaten Malang Tahun 1985-2005.....	83
Tabel 4.4	Pendapatan Sektor Pariwisata di Kabupaten Malang.....	85
Tabel 4.5	Nilai VIF Persamaan Regresi.....	86
Tabel 4.6	Batas-batas Daerah Test Durbin Watson.....	87
Tabel 4.7	Hasi Uji <i>Rank Spearman's Correlations</i>	88

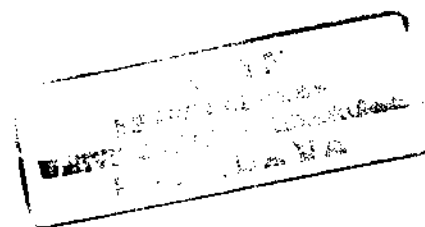
Tabel 4.8	Hasil Regresi Berganda.....	89
Tabel 4.9	Hasil Pengujian ANOVA.....	92
Tabel 4.10	Hasil Pengujian t	94



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran I	Data yang diolah.....	1
Lampiran II	Hasil Regresi (<i>Regression</i>).....	2
Lampiran III	<i>Charts of Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	3
Lampiran IV	Hasil Uji <i>Rank Spearman's Correlations</i>	4
Lampiran V	Tabel F (<i>One Tailed, 5 %</i>).....	5
Lampiran VI	Tabel Distribusi T.....	6

BAB 1 PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi suatu negara diukur berdasarkan indikator yang bersifat kuantitatif-pendapatan nasional, pendapatan perkapita-serta indikator yang bersifat kualitatif seperti tingkat kesehatan masyarakat, tingkat harapan hidup dan tingkat kesempatan kerja. (Kuncoro, 2000:267) Pembangunan ekonomi dapat diwujudkan melalui pembangunan di 9 (sembilan) sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, kehutanan, perikanan, perkebunan, pertambangan, perindustrian, pariwisata, perdagangan dan jasa. Kesatuan gerak pembangunan ekonomi secara mantap dan terarah diharapkan dapat mewujudkan peningkatan taraf hidup masyarakat dan pendapatan riil perkapita yang merupakan indikator keberhasilan pelaksanaannya.

Tujuan dari Pembangunan Nasional menurut GBHN adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia seluruhnya untuk mewujudkan dan menciptakan landasan yang kuat bagi bangsa dan negara dalam rangka mencapai suatu kondisi masyarakat yang adil dan makmur secara merata berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Meskipun cukup sulit untuk menentukan batasan kuantitatif tentang pengertian adil dan makmur, tetapi jelas bahwa pembangunan yang dikehendaki masyarakat adalah pembangunan ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan perkapita karena peningkatan ini

merupakan suatu pencerminan dari timbulnya perbaikan dalam kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Selama ini pendapatan negara yang terbesar diperoleh dari sektor migas, terutama sebelum krisis minyak tahun 1982. tetapi tidak selamanya sektor migas dapat dijadikan prioritas dalam meningkatkan jumlah penerimaan pendapatan negara. Oleh karena itu diperlukan suatu usaha alternatif untuk mendukung sektor migas. Salah satu usaha alternatif untuk mendukung sektor migas adalah industri pariwisata. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang tercantum dalam Garis-garis Besar Haluan Negara Tahun 1993 dimana Pemerintah menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor andalan.

“ Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk sektor lain yang terkait, sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah, dan pendapatan negara serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan nasional “ (GBHN 1993:78).

Dengan demikian diharapkan ketergantungan terhadap sektor migas akan semakin berkurang dalam struktur perekonomian Indonesia.

Industri pariwisata meliputi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan wisata, perusahaan obyek wisata, serta usaha lainnya yang terkait. Sehubungan dengan hal itu, untuk mencapai pembangunan industri pariwisata di Indonesia pada Pelita Keenam yang ditetapkan dalam GBHN 1993, maka dirumuskan beberapa kebijaksanaan yang antara lain meliputi peningkatan industri pariwisata sebagai

sektor andalan, peningkatan daya saing kepariwisataan nasional, pengembangan pariwisata nusantara, dan peningkatan sumberdaya manusia.

Industri pariwisata pada hakikatnya merupakan sektor yang menentukan dan dapat dijadikan katalisator untuk mengembangkan pembangunan sektor-sektor lainnya secara bertahap dan berkesinambungan. Pariwisata merupakan salah satu usaha yang menyangkut mata rantai yang panjang yang dapat menggerakkan bermacam-macam kegiatan ekonomi masyarakat melalui tumbuhnya sektor-sektor usaha kecil dan menengah. Pariwisata merupakan industri padat karya dimana tenaga kerja sulit untuk digantikan dengan mesin ataupun peralatan. Oleh karenanya banyak negara yang tertarik mengembangkan sektor pariwisatanya sebagai sektor penciptaan lapangan kerja. Untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek wisata yang terwujud dalam bentuk kekayaan alam, keanekaragaman flora dan fauna, kemajuan tradisi dan seni budaya, peninggalan sejarah dan purbakala diperlukan usaha - usaha yang terkait misalnya pelestarian cagar budaya, pelestarian flora dan fauna serta promosi-promosi pariwisata melalui buklet, brosur, pameran, dan lain-lain.

Dalam rangka pelaksanaan industri pariwisata di Indonesia, maka telah diterbitkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata.

Kepariwisata di Indonesia mencakup Pariwisata Internasional (*International Tourism*) dan Pariwisata Nasional (*National Tourism*).

Pariwisata internasional adalah sektor pariwisata dengan sasaran wisatawan mancanegara yang bertujuan untuk :

1. Meningkatkan pendapatan negara dan masyarakat, baik pendapatan devisa maupun pendapatan lainnya;
2. Menciptakan dan atau memperluas kesempatan kerja bagi Warga Negara Indonesia;
3. Meningkatkan persahabatan dan kerjasama antar bangsa.

Sedangkan pariwisata nasional dengan sasaran wisatawan nusantara bertujuan untuk :

1. Meningkatkan persatuan dan kesatuan bangsa;
2. Menanamkan rasa cinta tanah air dan bangsa;
3. Memperkenalkan daerah rekreasi yang indah serta pusat kebudayaan;
4. Meningkatkan penghasilan masyarakat.

Letak Indonesia yang strategis karena diapit oleh dua benua, yaitu benua Asia dan Australia menyebabkan Indonesia beriklim tropis dan didukung pula dengan keadaan alam yang mempunyai nilai jual, maka industri pariwisata akan memberikan potensi yang cukup besar untuk meningkatkan penerimaan pendapatan nasional. Kondisi geografis Indonesia yang demikian ini menyebabkan banyak sekali wisatawan mancanegara yang ingin melakukan perjalanan wisata ke Indonesia.

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini telah menunjukkan hasil yang menggembirakan. Hal ini dapat diketahui dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara seperti yang terlihat dalam tabel 1.1, dimana pada tahun 1990 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia sebanyak 2.177.566 wisatawan dan kemudian meningkat menjadi

2.569.870 wisatawan pada tahun 1991. Hal ini menunjukkan peningkatan sejumlah 392.304 orang atau sebesar 18%.

Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia disebabkan karena Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata seperti keindahan alam, kekayaan budaya bangsa, keanekaragaman seni dan kerajinan tangan serta banyaknya tempat wisata yang menarik para wisatawan sepanjang tahun. Dari sisi ini Indonesia sangat diuntungkan dengan adanya *tourists boom* di beberapa wilayah Indonesia, terutama jika dilihat perkembangannya dari tahun 1990 hingga 1997. Krisis ekonomi dunia yang berpengaruh di Indonesia yang dimulai pada pertengahan tahun 1997 dan juga peristiwa peledakan bom Bali I menyebabkan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mengalami penurunan, seperti yang terlihat pada Tabel 1.1. Dampak ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia mengalami penurunan pada akhir tahun 1998 sebanyak 4.337.017 wisatawan bila dibandingkan tahun 1997 yang mencapai 5.064.516 atau turun sebesar 14,3%. Penurunan ini terus berlangsung hingga tahun 1999 yaitu menjadi 3.920.318 wisatawan. Hal ini diakibatkan terutama dengan adanya kerusuhan Mei pada tahun 1998 dan berlanjut dengan krisis moneter yang memuncak pada tahun 1999. Tetapi sejak tahun 2000 hingga tahun 2001 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia telah menunjukkan indikasi pertumbuhan yang cukup baik lagi yaitu sebanyak 4.151.185 wisatawan pada tahun 2000 dan terus meningkat hingga menjadi 4.191.840 wisatawan pada tahun 2001.

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN WISATAWAN MANCANEGARA
KE INDONESIA TAHUN 1988-2002

TAHUN	WISATAWAN MANCANEGARA (Orang)	PERTUMBUHAN (%)
1990	2.177.566	-
1991	2.596.870	18
1992	3.064.161	19,2
1993	3.403.138	11
1994	4.006.312	17,7
1995	4.324.229	7,9
1996	5.034.472	16,4
1997	5.064.516	0,5
1998	4.336.012	-14,3
1999	3.920.318	-9,5
2000	4.151.185	5,8
2001	4.191.840	0,9
2002	4.093.937	-2,3

Sumber : DIPARDA Prop Dati I Jatim dan Kanwil IX Dep. Parpostel Jatim.

Pada tahun 2002 terjadi penurunan jumlah wisatawan mancanegara sebesar 2,3% atau sejumlah 97.903 wisatawan dari kurun waktu sebelumnya yang salah satunya disebabkan oleh terjadinya Tragedi Bali 12 Oktober 2002. Tragedi ini sangat berpengaruh negatif pada minat kunjungan wisatawan mancanegara. Tragedi ini mengakibatkan ribuan wisatawan yang seharusnya masih mempunyai waktu lama

untuk membelanjakan uangnya di Indonesia mempercepat waktu kunjungannya dan segera meninggalkan Indonesia, juga mengakibatkan turunnya jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia untuk tahun 2002 sehingga menjadi 4.093.937 wisatawan dibandingkan tahun 2001 yang sebanyak 4.191.840 wisatawan.

Sebenarnya industri pariwisata Indonesia merupakan pemasok terbesar dalam sektor perdagangan jasa, tetapi karena kelangsungan industri pariwisata sangat rentan dan bersinggungan langsung dengan eksese-eksese negatif yang ditimbulkan dari aktifitas-aktifitas non ekonomi, seperti ketidakstabilan situasi politik dalam dan luar negeri, isu SARA, teror bom, dan wabah penyakit SARS, maka timbul kebijakan dari beberapa negara seperti Amerika dan Australia yaitu larangan untuk melakukan kunjungan wisata ke negara/ wilayah Indonesia (*travel warning*). Faktor-faktor penghambat yang paling mempengaruhi adalah kondisi keamanan yang rawan di Indonesia, terutama setelah terjadinya peristiwa Bom Bali.

Upaya membuat agar wisatawan bersedia tinggal lebih lama pada suatu daerah tujuan wisata tidak mudah, tergantung pada potensi wisata yang dimiliki, paket wisata yang dijual, kualitas pelayanan akomodasi perhotelan dan restoran, kondisi keamanan, kenyamanan dan kemudahan transportasi dan telekomunikasi. Menurut Yoeti (1996: 65), semakin lama seorang wisatawan tinggal di daerah tujuan wisata, semakin banyak uang yang dikeluarkan di daerah tujuan wisata tersebut. Berbagai bentuk dan jenis kegiatan/ aktivitas dapat menghalangi dan menghambat terselenggaranya kepariwisataan. tetapi industri pariwisata dalam perkembangannya sudah menjadi kebutuhan dalam kehidupan manusia (*human needs*) mengingat

bahwa dalam paradigma pariwisata modern tidak membatasi jenis motivasi perjalanan harus semata-mata untuk rekreasi kecuali untuk menetap atau mencari nafkah.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990, kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkokoh jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa. Menurut Dinas Pariwisata Jawa Timur, pengembangan industri pariwisata di Jawa Timur sebagai bagian integral dari seluruh aspek pembangunan daerah provinsi Jawa Timur didasarkan kepada arah kebijakan yang telah ditetapkan dalam Peraturan Daerah Nomor 26 Tahun 2000 tentang Pola Dasar Pembangunan Jawa Timur yang dijabarkan dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2001 tentang Program Pembangunan Daerah Jawa Timur yang selanjutnya dipertegas dengan Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 2001 tentang Rencana Strategik Daerah (RENSTRADA) Propinsi Jawa Timur Tahun 2001-2005.

Menurut RENSTRADA, pengembangan industri pariwisata Jawa Timur termasuk di dalam kebijaksanaan percepatan pemulihan ekonomi dan peningkatan produktivitas melalui pengembangan ekonomi kerakyatan, penguatan unit-unit usaha dan lembaga-lembaga ekonomi yang kemudian ditetapkan sebagai program

pengembangan usaha kepariwisataan Jawa Timur yang diperinci ke dalam 4 (empat) kegiatan pokok pengembangan antara lain :

- 1. Mengintegrasikan kegiatan pengelolaan usaha pariwisata antar Kabupaten/ Kota, antar Provinsi dan antar Negara.**
- 2. Intensifikasi dan ekstensifikasi promosi pariwisata.**
- 3. Pengkajian dan pelatihan SDM pariwisata.**
- 4. Pembinaan dan penataan obyek-obyek pariwisata lintas Kabupaten/ Kota dan penyediaan sarana dan prasarana pendukungnya.**

Pokok-pokok kegiatan tersebut diatas telah dijabarkan dalam Rencana Pembangunan Tahunan Daerah (RAPETADA) dan dikelompokkan ke dalam 7 (tujuh) kegiatan teknis Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur yaitu :

- 1. Peningkatan dan pengembangan kerjasama dan identifikasi potensi sumberdaya pariwisata;**
- 2. Peningkatan dan pengembangan pemasaran pariwisata;**
- 3. Peningkatan dan pengembangan usaha jasa pariwisata;**
- 4. Peningkatan dan pengembangan usaha sarana pariwisata;**
- 5. Peningkatan dan pengembangan sumberdaya manusia pariwisata;**
- 6. Peningkatan dan pengembangan obyek dan daya tarik pariwisata;**
- 7. Peningkatan pelayanan kepariwisataan.**

(DIPARDA Propinsi Jawa Timur, 2001; 11)

Kabupaten Malang merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang banyak didatangi wisatawan sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW). telah berusaha untuk memanfaatkan semaksimal mungkin potensi kepariwisataannya.. Hal ini dikarenakan Kabupaten Malang tergolong potensi yang kaya obyek wisata, disamping potensi wisata yang belum dikelola dan diperkenalkan secara komersial. Potensi wisata di Kabupaten Malang dibagi menurut jenis wisatanya yaitu Wisata Hiburan, Wana Wisata, Wisata Pantai/ Bahari, Wisata Budaya, Wisata Tirta dan Agro Wisata.

Wisata Hiburan

Wisata Hiburan yang terdapat di Kabupaten Malang sejumlah 10 tempat, yaitu :

- Taman Burung Tumpang
- Taman Rekreasi Sengkaling Dau
- Taman Rekreasi Lembah Dieng Dau
- Pemandian Dewi Sri Pujon
- Pemandian Sumberwaras Lawang
- Taman Rekreasi Wendit Pakis
- Pemandian Sumberingin Tumpang
- Pemandian Sumberjenon Tajinan
- Pemandian Metro Kepanjen
- Pemandian Kendedes Singosari

Wana Wisata

Wana Wisata terdiri dari:

- Gunung Bromo,
- Gunung Semeru,
- Gunung Arjuno,
- Air Terjun Cuban Rondo Pujon,
- Air Terjun Cuban Pelangi Poncokusumo,
- Air Terjun Cuban Glotak Wagir, Air Terjun Cuban Indrokilo Jabung,
- Air Terjun Cuban Cinde Tumpang, dan
- Air Terjun Cuban Manten Pujon.

Wisata Pantai/ Bahari

Wisata Pantai/ Bahari terdiri dari 14 tempat yang bisa dikunjungi diantaranya

- Pantai Balekambang,
- Sendang Biru,
- Nglipyep,
- Bajul Mati, Kondang Merak,
- Jonggring Saloko.
- Rawa Indah, dan
- Tambak Asri

Gambaran tentang kondisi wisata bahari yang meliputi potensi dan peluang usaha yang dapat dikembangkan dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

TABEL 1.2
POTENSI DAN PELUANG USAHA WISATA PANTAI/ BAHARI
DI KABUPATEN MALANG

Nama Pantai	Potensi	Potensi Penunjang	Peluang Kegiatan
1. Wisata skala internasional			
Pantai sedang Biru Desa Tambakrejo Kecamatan Sumber manjing	<ul style="list-style-type: none"> - Mudah dicapai - Pemandangan bagus - Pasir putih bersih - Fasilitas lengkap - Teluk rendah 	<ul style="list-style-type: none"> - Pulau Sempu yang berfungsi sebagai cagar alam - Tradisi "Petik Laut" - TPI dan PPI 	<ul style="list-style-type: none"> - Berkemah - Mencari kerang - Memancing ikan - Berperahu - Jalan santai
2. Wisata Skala Nasional			
Pantai Balekambang Desa Srigonco Kecamatan Bantur	<ul style="list-style-type: none"> - Pasir putih bersih - Pemandangan indah - Pencapaian mudah - Fasilitas lengkap 	<ul style="list-style-type: none"> - Pulau Ismoyo - Pulau Hanoman - Pulau Wisanggeni 	<ul style="list-style-type: none"> - Berkemah - Pendakian - Olah raga/ jogging - Berenang - Tempat pendidikan dan pelatihan
Pantai Nglipyep Desa Kedungsaiam Kecamatan Donomulyo	<ul style="list-style-type: none"> - Pantai landai - Ombak bagus - Pemandangan indah - Pencapaian mudah - Fasilitas lengkap - Memiliki imej "Ritual" - Pasir putih bersih 	<ul style="list-style-type: none"> - Gunung Kumbang 	<ul style="list-style-type: none"> - Berkemah - Pendakian - Olah raga/ jogging - Berenang - Pementasan seni
3. Wisata Lokal dengan Sistem Skala Nasional			
Pantai Kondang Merak Desa Sumberbening Kecamatan Bantur	<ul style="list-style-type: none"> - Pantai indah - Ombak tidak besar - Pasir putih bersih - Teluk indah 	<ul style="list-style-type: none"> - Habitat terumbu karang - Kampung nelayan 	<ul style="list-style-type: none"> - Berkemah - Mencari kerang - Olah raga/ jogging - Jalan-jalan
Pantai Jonggring Saloko Desa Tempursari Kecamatan Donomulyo	<ul style="list-style-type: none"> - Pemandangan indah - Pasir putih bersih 	<ul style="list-style-type: none"> - Karang "Ngebros" - Karang Towo - Goa Lawa 	<ul style="list-style-type: none"> - Berkemah - Mencari kerang - Berperahu - Jalan-jalan
4. Wisata Skala Lokal			
Pantai Sipelot Desa Pujiharjo Kecamatan Tirtoyudho	<ul style="list-style-type: none"> - Pemandangan indah - Pencapaian mudah - Areal datar luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelelangan ikan - kampung nelayan - pantai pasir putih sebelah Barat) - Tambak yang luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendakian - Jalan-jalan - Menikmati pemandangan
Pantai Licin Desa Lebakharjo Kecamatan Ampelgading	<ul style="list-style-type: none"> - Pantai luas 	<ul style="list-style-type: none"> habitat terumbu karang (di sebelah barat) 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan-jalan - Menikmati pemandangan
Pantai Tamban Desa Tambaksari Kecamatan Sumbermanjing Wetan	<ul style="list-style-type: none"> - Pemandangan indah - Pencapaian mudah - Fasilitas lengkap - Pantai indah 	<ul style="list-style-type: none"> dekat Sendangbiru 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan-jalan - Menikmati pemandangan

Sumber : Pemerintah Kabupaten Malang: Company Profile and Business Potency of Region Malang, Bagian Humas Kab. Malang, 2003, hal. 111-113

Wisata Budaya

Obyek-obyek wisata budaya di Kabupaten Malang, antara lain:

- Candi Singosari
- Candi Jago/ Jajaghu Tumpang
- Candi Kidal Tumpang
- Candi Badut Dau
- Stupa Sumberawan Singosari
- Pemandangan watu Gede Singosari
- Pesarean Gunung Kawi Wonosari
- Makam Karaeng Galesong Ngantang
- Petilasan Watu Gilang Pujon

Wisata Tirta

Obyek-obyek wisata tirta di Kabupaten Malang, antara lain:

- Bendungan Selorejo Ngantang
- Bendungan Sutami/ Karangates Sumberpucung
- Bendungan Lahor Sumberpucung
- Empang Senggreng Sumberpucung
- Waduk Meduran Wajak
- Bendungan Sengguruh Kepanjen
- Ranu Sosro Ampelgading

Agro Wisata

Salah satu andalan obyek agro wisata yang terkenal di Kabupaten Malang adalah agro wisata Wonosari Lawang/ Singosari. Lokasi agro wisata Kebun Teh Wonosari ini terletak +30 Km arah Utara Kota Malang dan dari Kecamatan Lawang tepatnya di kaki Gunung Arjuno.

➤ Peluang Investasi di Malang Timur

Kawasan wisata yang ada di kabupaten Malang pada hakekatnya merupakan kawasan budidaya dan kawasan lindung, baik mutiak ataupun lindung terbatas, dimana dalam kawasan-kawasan tersebut terdapat aglomerasi kegiatan sosial ekonomi dan perkotaan serta penduduk yang didukung oleh ketersediaan sumberdaya alam dan keterkaitan terhadap pusat permukiman baik regional, lokal maupun infrastruktur. Kawasan-kawasan wisata tersebut memiliki potensi-potensi yang ada baik yang telah berkembang maupun prospektif untuk dikembangkan oleh pihak investor.

Demikian pula halnya dengan keberadaan kawasan wisata Malang Timur yang memegang peranan penting sebagai acuan pengembangan kawasan, khususnya dalam upaya mencapai efisiensi, efektifitas dan nilai tambah (*value added*) dari investasi yang dilakukan.

➤ Investasi Pendukung

Berdasarkan hasil kajian terhadap sektor-sektor strategis dengan output komoditi unggulan serta didasarkan pada konsep jaringan sistem pariwisata (*Tourism Linkage System*), maka pengembangan kawasan wisata di Malang Timur akan ideal bila didasarkan pada konsep agroekowisata. Dengan demikian pengembangan investasi pendukung untuk menunjang pemasaran hasil komoditi unggulan adalah pembangunan kios-kios, pembangunan pasar, serta toko-toko yang menjual hasil industri.

Pembangunan kios/ bedak dan toko yang dilakukan di sektor obyek wisata tersebut akan menampung hasil kegiatan usaha masyarakat sekitar yang berupa komoditi unggulan yang dapat ditawarkan kepada wisatawan dalam skala pelayanan kecil. Pembangunan pasar induk yang menampung hasil komoditi unggulan di satu kawasan (Malang Timur) dilakukan di dalam lingkup pelayanan yang lebih luas. Dengan adanya pembangunan pasar induk yang memasarkan hasil komoditi unggulan, maka pemasaran komoditi unggulan dari daerah sekitar dapat ditampung dalam satu tempat tanpa harus langsung keluar daerah. Dengan demikian diharapkan akan menambah masukan bagi Pemerintah Daerah.

Perkembangan industri pariwisata di Kabupaten Malang juga menunjukkan peningkatan yang menggembirakan. Hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Malang, seperti yang terlihat pada Tabel 1.3 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Malang pada tahun 1990 sebanyak 10.986 wisatawan, sehingga menjadi

11.388 wisatawan pada tahun 1991 dan terus meningkat menjadi 18.876 wisatawan pada tahun 1995. Akibat dari krisis ekonomi dunia yang berpengaruh di Indonesia, maka dampaknya juga dirasakan oleh bidang pariwisata di Kabupaten Malang sehingga pada akhir tahun 1997 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Malang menurun menjadi 15.840 wisatawan dan terus menurun menjadi 12.250 wisatawan pada akhir tahun 1999, tetapi setelah itu jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kabupaten Malang mengalami indikasi kenaikan lagi tiap tahunnya, terlihat pada tahun 2000 sebanyak 15.410 wisatawan meningkat menjadi 17.875 wisatawan pada tahun 2001.

TABEL 1.3
PERKEMBANGAN WISATAWAN MANCANEGARA
KE KABUPATEN MALANG TAHUN 1990-2002

TAHUN	WISATAWAN MANCANEGARA (Orang)	PERTUMBUHAN (%)
1990	10.986	-
1991	11.388	3.66
1992	14.922	31.03
1993	15.396	3.18
1994	18.255	18.57
1995	18.876	3.40
1996	17.613	-6.69
1997	15.840	-10.07
1998	14.265	-9.94
1999	12.250	-14.13
2000	15.410	25.80
2001	17.875	16.00
2002	15.889	-11.11

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Malang , 2003

Pada tahun 2002, sejalan dengan berbagai peristiwa yang terjadi di tanah air, seperti masalah TKI di Malaysia yang disusul dengan dikeluarkannya *travel warning* oleh Pemerintah Malaysia, juga dengan terjadinya peristiwa Bom Bali, sektor pariwisata di Kabupaten Malang dikuatirkan akan kembali terpuruk karena kedua peristiwa tersebut mempunyai dampak negatif terhadap kedatangan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang. Ternyata dampak dari kedua peristiwa tersebut yang telah diperkirakan benar-banar terbukti. Hal ini dapat terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kabupaten Malang mengalami penurunan sebesar 11,11% hingga akhir tahun 2002 yang berjumlah 15.889 wisatawan dibanding tahun 2001 yang berjumlah 17.875 wisatawan.

Industri perhotelan merupakan salah satu bagian dari sekian banyak produk industri pariwisata yang perlu dikembangkan baik secara kuantitas maupun kualitas. Keberadaan industri perhotelan akan mempermudah wisatawan untuk mencari tempat menginap di DTW yang dikunjunginya. Oleh karena itu, hendaklah semua pengusaha perhotelan di Kabupaten Malang lebih memperhatikan kualitas hotelnya seperti fasilitas, kondisi bangunan, bentuk pelayanan (*service*), jumlah kamar, kualitas tenaga kerja, dan lain-lain.

Selain fasilitas akomodasi penginapan yang memadai, obyek-obyek wisata yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Malang merupakan daya tarik utama bagi kedatangan wisatawan. Suguhan yang khas dari berbagai jenis obyek pariwisata merupakan daya tarik tersendiri yang mampu memikat wisatawan untuk mengunjunginya. Tidak dapat dipungkiri bahwa obyek wisata merupakan inti dari

industri pariwisata itu sendiri, karena salah satu tujuan orang berwisata adalah mencari kesenangan/ hiburan dan hal ini bisa didapatkan dengan menikmati berbagai obyek dan daya tarik wisata.

Selain wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara merupakan faktor yang mendukung industri pariwisata. Hal ini dikarenakan jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung di Kabupaten Malang senantiasa melebihi jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung setiap tahunnya. Hal ini dapat diketahui dari Tabel 1.3 berikut ini:

TABEL 1.4
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
KE KABUPATEN MALANG TAHUN 1985-2005

Tahun	Jumlah (Orang)
1985	640.897
1986	753.997
1987	887.055
1988	900.564
1989	947.962
1990	1.115.249
1991	1.358.014
1992	1.650.260
1993	1.515.412
1994	1.818.343
1995	1.883.050
1996	1.215.345
1997	947.894
1998	763.565
1999	1.099.760
2000	1.291.523
2001	2.642.716
2002	2.423.937
2003	2.642.091
2004	2.747.775
2005	3.462.197
	28.577.131

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, 2006

Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang cenderung meningkat dari tahun ke tahun . Hal ini disebabkan Kabupaten Malang terkenal akan berbagai macam obyek wisata alam dan budaya yang menarik dan berbeda (khas) dari daerah lainnya di Jawa Timur. misal wisata budaya Gunung kawi. Tempat ini terkenal tidak hanya di daerah Jawa Timur bahkan di Indonesia. Selain obyek wisata yang menarik, kondisi alam yang sejuk dan tidak banyak terkena polusi menjadikan Kabupaten Malang sebagai daerah tujuan wisata yang tepat bagi keluarga. Namun pada tahun 1997 hingga 1998 jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang menurun drastis yang disebabkan terjadinya krisis ekonomi dan disusul dengan kerusuhan akibat bergantinya pemerintahan pada Mei 1998. Kondisi keamanan yang tidak kondusif memacu turunnya jumlah wisatawan secara keseluruhan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. tetapi pada tahun - tahun berikutnya jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang mengalami peningkatan yang menggembarakan menandakan bahwa pariwisata di Kabupaten Malang mulai membaik. Walaupun terjadi peristiwa bom Bali, ternyata hal ini tidak mempengaruhi kunjungan wisatawan nusantara.

Jumlah wisatawan mancanegara dan jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang memberikan kontribusi terhadap pendapatan sektor pariwisata di kabupaten Malang. Menurut Dinas Pariwisata di Kabupaten Malang jumlah kontribusi ini mencapai rata-rata 14% - 16% terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) setiap tahunnya. Pendapatan sektor pariwisata ini dapat diketahui dari Tabel 1.4 berikut ini :

TABEL 1.5
PENDAPATAN SEKTOR PARIWISATA DI KABUPATEN MALANG
TAHUN 1985-2005

Tahun	Jumlah (Rp)	Pertumbuhan (%)
1985	1.160.000.000	-
1986	1.350.000.000	16,38
1987	1.370.000.000	1,48
1988	1.282.399.000	-6,40
1989	1.424.887.000	11,11
1990	1.628.443.000	14,29
1991	1.687.505.000	3,63
1992	1.748.710.000	3,62
1993	1.812.135.000	3,69
1994	2.160.000.000	19,20
1995	2.370.000.000	9,72
1996	2.016.548.000	-14,91
1997	1.810.000.000	-10,24
1998	1.501.755.000	-17,03
1999	1.600.000.000	6,54
2000	1.350.000.000	-15,63
2001	2.260.299.000	67,43
2002	2.230.000.000	-1,34
2003	2.070.000.000	-7,17
2004	2.260.000.000	9,18
2005	2.650.000.000	-0,44
	37.742.681.000	

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, 2006

Pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang sebagaimana terlihat pada Tabel 1.4 mulai tahun 1985 hingga tahun 1995 menunjukkan kecenderungan meningkat dengan pertumbuhan rata-rata 7,67% per tahun. Pendapatan sektor Pariwisata di Kabupaten Malang merupakan pendapatan yang diperoleh Pemerintah daerah setempat dari sektor pariwisata atas penerimaan pajak dan retribusi daerah. Pajak dan retribusi tersebut meliputi : Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Depot, Pajak Warung, dan Pajak Hiburan. Sedangkan retribusi didapat dari Retribusi Tempat Jasa Usaha, Tempat Rekreasi dan Olah Raga.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 dan yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Malang , tarif pajak yang dikenakan sebagai berikut :

- Tarif pajak hotel dikenakan atas jumlah pembayaran yang dilakukan kepada hotel sebesar 10% (sepuluh persen);
- Tarif pajak restoran dikenakan atas jumlah pembayaran yang dilakukan kepada restoran sebesar 10% (sepuluh persen);
- Tarif pajak depot dikenakan atas jumlah pembayaran yang dilakukan kepada depot sebesar 10% (sepuluh persen);
- Tarif pajak warung dikenakan atas jumlah pembayaran yang dilakukan kepada warung sebesar 10% (sepuluh persen);
- Tarif pajak hiburan dikenakan atas jumlah pembayaran atau yang seharusnya dibayar untuk menonton dan/atau menikmati hiburan sebesar 35% (tiga puluh lima persen).

Sedangkan yang dimaksud dengan Retribusi Jasa Usaha adalah retribusi yang dibayarkan atas jasa yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dengan menganut prinsip-prinsip komersial karena pada dasarnya dapat pula disediakan oleh sektor swasta. Jasa usaha antara lain adalah penyediaan tempat penginapan, usaha bengkel kendaraan, tempat pencucian mobil dan penjualan bibit.

Berdasarkan uraian mengenai pertumbuhan wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara dan jumlah tamu hotel yang sesuai dengan pertumbuhan pendapatan sektor pariwisata, maka akan kita kaji lebih lanjut apakah memang ketiga variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh terhadap pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara dan jumlah tamu hotel/ penginapan secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang ?
2. Diantara ketiga variabel tersebut yaitu jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara dan jumlah tamu hotel/ penginapan, secara masing-masing (parsial), variabel manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara dan jumlah tamu hotel/ penginapan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang
2. Untuk mengetahui manakah diantara ketiga variabel tersebut yaitu jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara dan jumlah tamu hotel/ penginapan, secara masing-masing (parsial), yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan bidang pariwisata, khususnya bagi Pemerintah Kabupaten Malang dalam menentukan kebijaksanaan di bidang pariwisata.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti lain serta digunakan sebagai bahan landasan dan kerangka perumusan masalah untuk penelitian berikutnya.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini akan dibagi dalam 5 (lima) bab, dimana masing-masing bab saling berkaitan satu sama lain yang disesuaikan dengan materi pembahasan. Untuk memberikan gambaran umum mengenai penulisan skripsi ini, secara garis besar kerangka pembahasan masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan dan pengantar terhadap permasalahan yang dijadikan obyek penelitian. Dalam bab ini diuraikan secara berurutan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini sebagai landasan teori bagi permasalahan yang akan dibahas. Pada bab ini akan dikemukakan teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga tercakup landasan teori, penelitian yang dilakukan sebelumnya, hipotesis dan model analisis.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, identifikasi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian beserta definisi operasionalnya. Juga mencakup jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, serta teknis analisis yang digunakan untuk menjelaskan keterkaitan variabel-variabel dalam penelitian ini.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum subyek dan obyek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis model dan pengujian hipotesis, serta pembahasan sesuai dengan hasil pengolahan data.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi mengenai kesimpulan umum yang diperoleh dalam penelitian. Setelah itu akan dikemukakan beberapa saran sehubungan dengan adanya kesimpulan dari penelitian tersebut.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

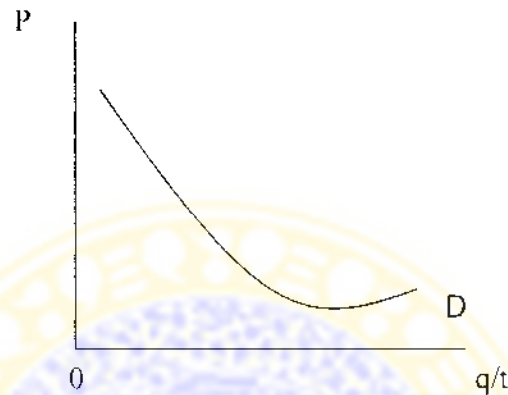
2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Permintaan

Konsep dari Permintaan (*Demand*) sebenarnya timbul dari adanya keinginan dimana keinginan itu sendiri pada mulanya ditimbulkan dari adanya kegunaan (*utility*) suatu barang. Tetapi permintaan yang hanya didasari oleh keinginan saja masih belum bisa disebut permintaan. Permintaan baru mempunyai arti apabila didukung dengan daya beli peminta barang. Menurut Sudarsono, “ Permintaan baru mempunyai arti apabila didukung oleh daya beli permintaan barang. Permintaan yang didukung oleh kekuatan daya beli disebut permintaan efektif, sedangkan permintaan yang hanya didasarkan pada kebutuhan saja disebut permintaan absolut atau potensial ”. Jadi permintaan adalah keinginan yang disertai kemampuan untuk membeli barang yang dimaksud. (Sudarsono; 1990: 9)

Para ekonom menganggap istilah permintaan mempunyai arti khusus yaitu suatu skedul, garis, atau kurva yang menggambarkan hubungan antara berbagai tingkat kuantitas barang yang diminta pada berbagai tingkat harga yang berlaku pada waktu tertentu, dengan asumsi harga selain barang yang diminta tetap (*Ceteris Paribus*). Kemiringan kurva permintaan selalu dari kiri atas ke kanan bawah (*downward sloping to the right*). Sumbu vertikal pada kurva permintaan menunjukkan tingkat harga per unit (atau harga per satuan) yang diberi simbol P,

sedangkan sumbu horisontal pada kurva permintaan menunjukkan jumlah barang yang diminta (q/t) atau *quantity per unit of time*.



GAMBAR 2.1 : KURVA PERMINTAAN

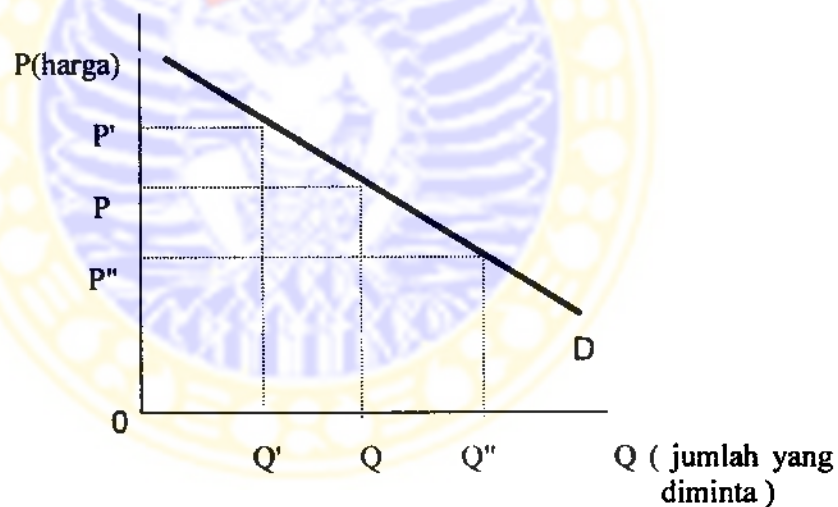
Sumber : Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi : Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro, Edisi Kelima, Duta Jasa, 1995, hal. 241

Menurut Rosyidi (1995: 241-242) hubungan antara harga (*Price*) dan jumlah (*Quantity*) terjalin karena adanya suatu ketentuan bahwa jumlah barang yang diminta merupakan fungsi dari harga, dan bukan sebaliknya. Secara teknis, hubungan seperti itu dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Q = f(P) \dots \dots \dots (1)$$

Formula bentuk hubungan antara P (harga) dengan Q (jumlah barang yang diminta) seperti itu memberi arti bahwa diantara kedua peubah itu, maka peubah P merupakan peubah bebas (*independent variable*). sedangkan Q merupakan peubah tergantung (*dependent variable*). Jelasnya adalah tidak benar jika dinyatakan sebaliknya, yaitu jika Q bergerak maka P bergerak pula dalam arah yang berlawanan. P itulah yang bergerak lebih dulu kemudian diikuti oleh Q, dan bukan sebaliknya.

Hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta berbanding terbalik (negatif). Apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya, jika harga turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat. Hubungan yang sedemikian rupa ini telah diatur dalam Hukum Permintaan yang menurun (*The Law Of Diminishing Demand*) yang menyatakan apabila harga sesuatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan semakin berkurang. Hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta tersebut dapat dilihat dalam kurva permintaan berikut ini :



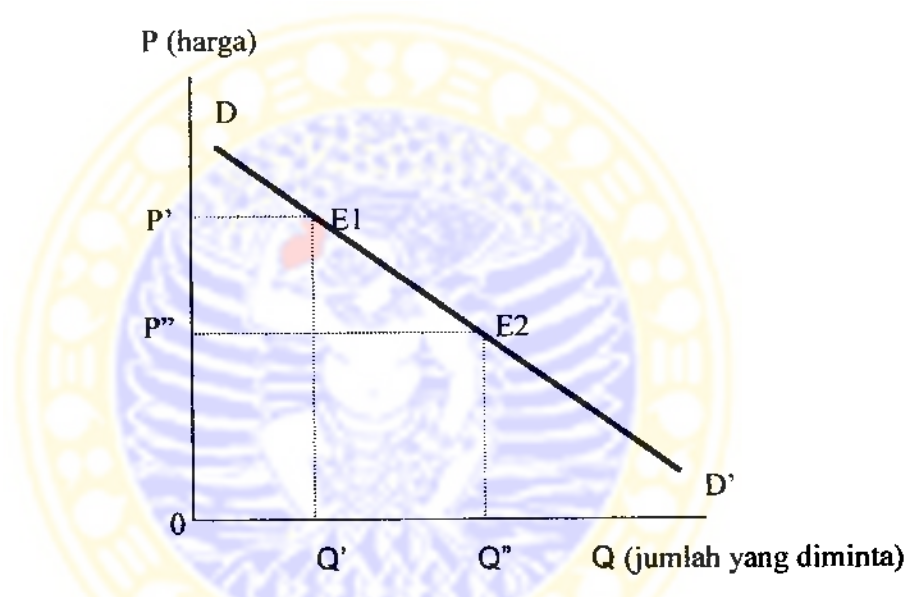
GAMBAR 2.2 : THE SHIFT OF DEMAND CURVE

Sumber : Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi : Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro, Edisi Kelima, Duta Jasa, 1995, hal 242.

Pada Gambar 2.2. terlihat bahwa hukum permintaan masih tetap berlaku disini, karena jika harga naik dari OP menjadi OP', maka jumlah barang yang diminta turun

dari OQ menjadi OQ' . demikian juga jika harga turun dari OP menjadi OP' , maka jumlah barang yang diminta naik dari OQ menjadi OQ'' .

Perubahan kurva permintaan yang disebabkan atau dipengaruhi oleh perubahan harga itu sendiri dikenal dengan *shift along the demand curve* atau gerakan di dalam atau sepanjang kurva permintaan.



GAMBAR 2.3 : GERAKAN DI DALAM KURVA PERMINTAAN (*SHIFT ALONG THE DEMAND CURVE*)

Sumber: Ari Sudarman, Teori Ekonomi Mikro, Buku 1, Edisi Revisi, BPFE Yogyakarta, 1984, hal 89.

Menurut Sudarman (1984:88), pada Gambar 2.3 terlihat bila harga turun dari OP' menjadi OP'' , maka jumlah barang yang diminta naik dari OQ' menjadi OQ'' . Perubahan ini ditunjukkan oleh pergerakan sepanjang kurva permintaan DD' , yaitu dari titik $E1$ ke $E2$. Jadi perubahan harga barang itu sendiri mengakibatkan berubahnya jumlah yang diminta (*quantity demanded*), sehingga kurva permintaan tetap tidak berubah.

Secara sederhana hukum permintaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

Kuantitas (jumlah) yang akan dibeli per unit waktu menjadi semakin besar apabila harga, *Ceteris Paribus* (keadaan lain tetap sama), semakin rendah.

Dan sebaliknya, Kuantitas (jumlah) yang akan dibeli per unit waktu menjadi semakin kecil apabila harga, *Ceteris Paribus* (keadaan lain tetap sama), semakin tinggi. (Bilas, 1990;9)

Secara matematis, Alfred Marshal merumuskan fungsi permintaan barang dan jasa, *Ceteris Paribus*, dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$X_d = f(P_x) \dots \dots \dots (2)$$

Dimana : X_d = Kuantitas (jumlah) barang X yang diminta

P_x = Harga barang X yang diminta.

Selain faktor pendapatan, masih ada beberapa faktor lain yang juga mempengaruhi permintaan, yaitu harga-harga barang lain, khususnya barang-barang pelengkap dan barang-barang pengganti (*prices of related commodities*) dan cita rasa atau selera masyarakat terhadap barang itu (*taste*). Marshall mengelompokkan faktor pendapatan, harga barang lain dan selera sebagai *ceteris paribus* (Sudarsono, 1983;9) Richard A Bilas dalam bukunya Teori Ekonomi Mikro menyatakan hubungan tersebut secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Q_{dA} = f(P_A, P_B, \dots, P_Z, I, T, E) \dots \dots \dots (3)$$

Dimana :

Q_{dA} = Kuantitas barang A yang diminta per unit waktu

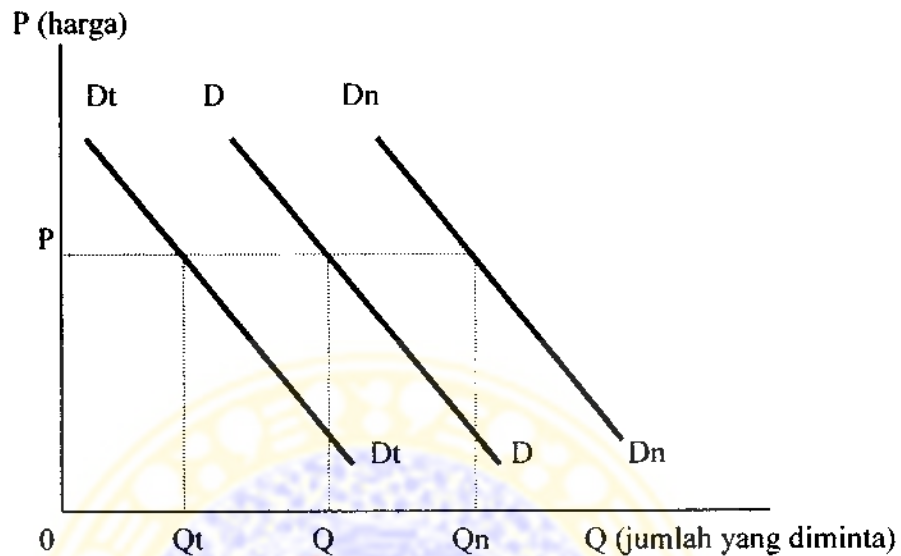
P_A	= Harga barang A
P_B, \dots, P_z	= Harga barang-barang lain tetap
\bar{I}	= Pendapatan tetap
\bar{T}	= Selera konsumen tetap
\bar{E}	= Ekspektasi tetap

(Bilas, 1990;12)

Menurut Rosyidi (1995;245-246), Pergeseran kurva permintaan tidak hanya disebabkan oleh perubahan harga saja, tetapi juga disebabkan oleh perubahan faktor-faktor lain, diantaranya :

- Tingkat pendapatan masyarakat
- Cita rasa atau selera masyarakat
- Harga barang lain, khususnya barang pelengkap/ komplementer dan barang pengganti/ substitusi (*prices of related commodities*)
- Ekspektasi tentang masa depan

Pergeseran kurva permintaan yang disebabkan oleh perubahan pendapatan, harga barang-barang lain dan selera konsumen, baik itu perubahan menurun ataupun meningkat, sedangkan harga barang yang diminta tetap, disebut sebagai perubahan seluruh kurva permintaan (*shift of the demand curve*) seperti yang terlihat pada Gambar 2.4 berikut ini :



GAMBAR 2.4 : GERAKAN SELURUH KURVA PERMINTAAN (SHIFT OF THE DEMAND CURVE)

Sumber : Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi, Pendekatan Teori Ekonomi Mikro dan Makro, Edisi Kelima, Duta Jasa, 1995 hal 245.

Pada Gambar 2.4 tersebut terlihat adanya pergeseran seluruh kurva permintaan, baik pergeseran meningkat (dari DD ke $DnDn$) maupun pergeseran menurun (dari DD ke $DtDt$). Pergeseran pada seluruh kurva permintaan tersebut disebabkan oleh terjadinya perubahan terhadap pendapatan, harga barang-barang lain dan selera konsumen, baik itu perubahan menurun ataupun meningkat, sedangkan harga barang yang diminta tetap, sehingga perubahan tersebut dapat mengakibatkan gerakan atau pergeseran pada seluruh kurva permintaan (*shift of the demand curve*).

Menurut Sudarsono (1990:77-78), fungsi permintaan yang memasukkan faktor-faktor lain, termasuk harga barang yang diminta dapat dinyatakan secara matematis sebagai berikut :

$$X_j = f (P_{X1}, P_{X2}, \dots , P_{Xn}, Y, \epsilon) \dots\dots\dots(4)$$

Dimana :

X_j = Jumlah barang X_1 yang diminta

P_{X_1} = Harga barang ; tersebut

P_{X_2}, \dots, P_{X_n} = Harga barang-barang lain

Y = Pendapatan konsumen yang tersedia untuk dibelanjakan

C = Selera dan faktor-faktor lain yang tidak dapat dibahas satu demi satu

Pendekatan secara matematis ini memiliki keunggulan khusus dibanding dengan cara grafis karena tidak mengharuskan adanya pengaruh *ceteris paribus*, sehingga semua variabel yang berpengaruh terhadap X_j (jumlah barang X_1 yang diminta) dapat diperhitungkan. Rumusan tersebut diatas menunjukkan jumlah barang tertentu yang diminta dipengaruhi oleh tingkat harga barang tersebut, tingkat harga barang lain khususnya barang lain yang bersifat substitusi dan komplementer, tingkat pendapatan masyarakat, cita rasa atau selera masyarakat terhadap barang itu serta ekspektasi tentang masa depan.

2.1.2. Teori Penawaran

Selain teori permintaan yang telah dibahas diatas, terdapat pula teori tentang penawaran. Menurut Suherman Rosyidi dalam bukunya Pengantar Teori Ekonomi, bahwa sebagian besar ahli ekonomi bersepakat untuk menggunakan pengertian/ definisi penawaran sebagai suatu daftar yang menunjukkan jumlah-jumlah barang yang ditawarkan untuk dijual dalam berbagai tingkat harga dalam suatu pasar pada

suatu waktu tertentu. Daftar yang dimaksud terdiri dari daftar berbagai tingkat harga dan jumlah barang yang ditawarkan.

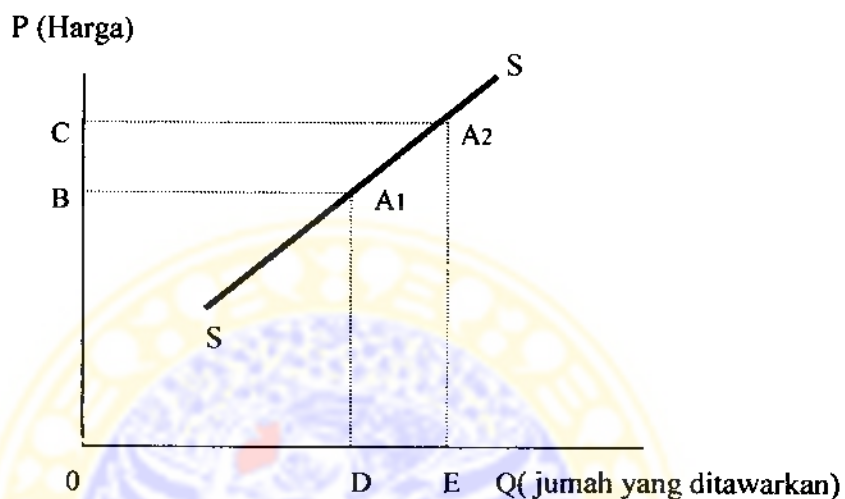
Penawaran merupakan gabungan antara kepemilikan dengan kesediaan untuk menjualnya. Sama seperti kurva permintaan, dalam kurva penawaran sumbu tegak (sumbu harga) merupakan variabel yang independen (tidak tergantung atau bebas), sedangkan sumbu datar (sumbu kuantitas) merupakan variabel dependen (tergantung atau tak bebas). Hal itu mempunyai arti bahwa jumlah yang ditawarkan (Q) adalah tergantung pada atau merupakan fungsi dari harga (P). Secara teknis dapat ditulis sebagai berikut :

$$Q = f(P) \dots\dots\dots(5)$$

Dengan demikian, pembacaan kurva penawaran adalah jika harga naik maka jumlah yang ditawarkan akan naik pula. Dan sebaliknya, jika harga turun maka jumlah yang ditawarkan akan ikut turun. Jadi hukum penawaran menyatakan bahwa semakin tinggi harga semakin banyak pula jumlah barang yang ditawarkan dan sebaliknya semakin rendah harga, maka semakin sedikit pula jumlah barang yang ditawarkan.

Dengan mengacu pada hukum penawaran maka dapat digambarkan bahwa kurva permintaan berbentuk garis yang selalu condong ke kanan atas. Terjadinya perubahan jumlah barang yang ditawarkan menyebabkan terjadinya gerakan di sepanjang kurva penawaran (*shift along the supply curve*). Sedangkan terjadinya perubahan penawaran menyebabkan terjadinya gerakan seluruh kurva penawaran yang bersangkutan (*shift of the supply curve*). Gerakan di sepanjang kurva penawaran

(shift along the supply curve) tersebut dapat dilukiskan dalam sebuah gambar sebagai berikut :



GAMBAR 2.5 : GERAKAN SEPANJANG KURVA PENAWARAN (SHIFT ALONG THE SUPPLY CURVE)

Sumber : Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi : Pendekatan Teori Ekonomi Mikro dan Makro, Edisi Kelima, Duta Jasa, 1995 hal. 295.

Seperti yang terlihat dalam Gambar 2.5, gerakan yang dimaksud adalah gerakan dari titik A1 ke titik A2 atau sebaliknya. Oleh karena itu, baik titik A1 maupun titik A2, kedua-duanya berada di dalam sebuah kurva penawaran, maka gerakan di antara dua titik itu disebut gerakan sepanjang kurva penawaran (*shift along the supply curve*). Gerakan tersebut mencerminkan adanya perubahan dari OD ke OE atau sebaliknya. Satu-satunya hal yang menjadi penyebab terjadinya gerakan tersebut adalah perubahan harga.

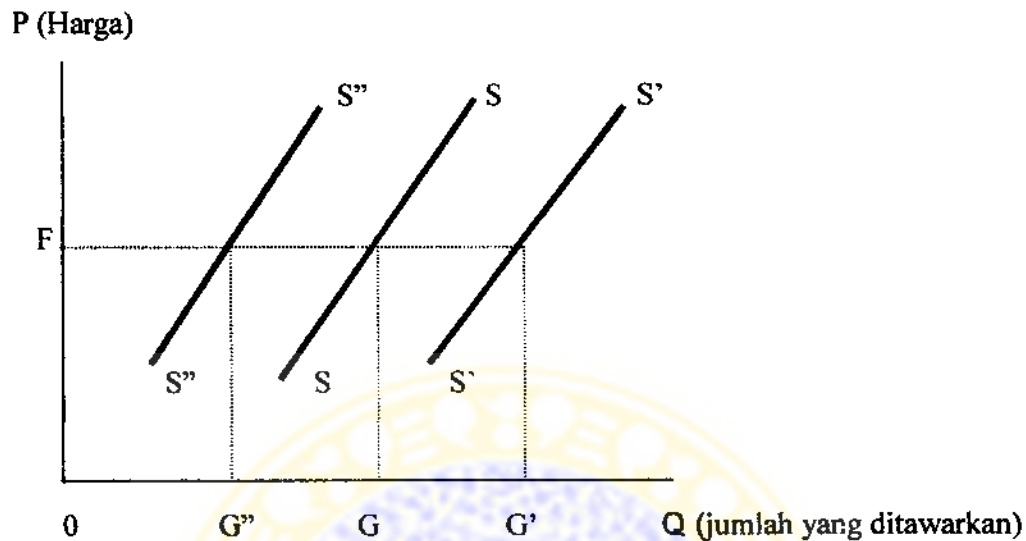
Pada Gambar 2.5 perubahan harga yang ditunjukkan adalah perubahan dari OB ke OC atau sebaliknya. Jika terjadi kenaikan harga penawaran dari OB ke OC maka terjadilah gerakan sepanjang kurva penawaran dari A1 ke A2 dan selanjutnya

terjadilah perubahan jumlah yang ditawarkan dari OD ke OE. sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadinya gerakan di sepanjang kurva penawaran itu terjadi karena adanya perubahan harga barang yang ditawarkan.

Selain faktor perubahan harga barang yang ditawarkan, ada juga faktor-faktor lain yang dapat menyebabkan gerakan kurva penawaran. Faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Jumlah pedagang
2. Harga faktor produksi
3. Harga barang alternatif
4. Harapan para pedagang (produsen) terhadap harga-harga mendatang
5. Perubahan teknologi

Tetapi gerakan kurva penawaran yang disebabkan oleh faktor-faktor diatas akan menimbulkan gerakan seluruh kurva penawaran (*shift of the supply curve*). Adanya perubahan penawaran baik perubahan meningkat (dari kurva penawaran SS ke kurva penawaran S'S') maupun perubahan menurun (dari kurva penawaran SS ke kurva penawaran S''S''). Perubahan semacam ini terjadi jika faktor-faktor yang menghubungkan kurva itu dengan jumlah yang ditawarkan maupun dengan harga telah berubah. Gerakan seluruh kurva penawaran (*shift of the supply curve*) dapat dilukiskan dalam sebuah Gambar 2.6 seperti berikut ini :



GAMBAR 2.6 : GERAKAN SELURUH KURVA PENAWARAN (*SHIFT OF THE SUPPLY CURVE*)

Sumber : Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi : Pendekatan Teori Ekonomi Mikro dan Makro, Edisi Kelima, Duta Jasa, 1995 hal. 295.

- ❖ Jika jumlah pedagang (penawar) dalam suatu pasar berubah, maka dengan sendirinya jumlah barang yang ditawarkan akan berubah pula. Bertambahnya jumlah penawar (suplier) sebesar $S'S'$ akan menambah jumlah barang yang ditawarkan sejumlah OG' , sedangkan menurunnya jumlah penawar sebesar $S''S''$ akan mengurangi jumlah yang ditawarkan sebesar OG'' . Jika jumlah penawar bertambah maka kurva penawaran akan bergeser ke kanan (dari SS ke $S'S'$), sedangkan jika jumlah penawar berkurang maka kurva penawaran akan bergeser ke kiri (dari SS ke $S''S''$).
- ❖ Harga faktor produksi mempunyai hubungan negatif dengan banyaknya jumlah barang yang dihasilkan sehingga banyak sedikitnya faktor produksi yang tersedia akan menentukan banyak sedikitnya jumlah barang yang dihasilkan. Jika harga

faktor produksi semakin tinggi/ naik, kemampuan produsen untuk membeli faktor produksi menurun, akibatnya kemampuan produsen dalam menghasilkan output juga menurun sehingga barang yang ditawarkan juga menurun; dan sebaliknya. Hal ini dikarenakan bahwa dari faktor-faktor produksi itulah output dapat dihasilkan. Faktor produksi merupakan faktor penentu jumlah barang yang ditawarkan. Karena semakin banyak barang yang dihasilkan maka semakin banyak pula jumlah barang yang ditawarkan. Dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga faktor produksi akan menurunkan penawaran dalam bentuk menggeser kurva penawaran ke kiri. Hal ini berlaku sebaliknya, apabila harga faktor produksi turun maka penawaran akan naik sehingga kurva penawaran akan bergeser ke kanan.

- ❖ Barang atau produk alternatif adalah jenis barang yang cenderung dihasilkan oleh produsen, meskipun sebenarnya produsen mampu dan sedang menghasilkan barang yang lain. Jika terjadi suatu keadaan dimana harga barang alternatif naik, maka para produsen cenderung meningkatkan jumlah produksi barang alternatif dan mengurangi jumlah produk atau barang yang saat ini sedang mereka hasilkan/ produksi. Dalam kurva penawaran, jika harga barang alternatif naik, maka kurva penawaran akan bergeser ke kiri, sedangkan jika harga barang alternatif turun, maka kurva penawaran akan bergeser ke kanan.
- ❖ Jika produsen menduga akan terjadi kenaikan harga barang di masa datang, baik kenaikan harga barang yang saat ini mereka hasilkan ataupun harga barang yang akan mereka hasilkan nantinya, maka sejak adanya dugaan kenaikan harga barang

itu mereka mulai menyesuaikan kapasitas produksi mereka. Apabila produk yang dihasilkan tersebut adalah produk yang tahan lama (*durable product*), maka dugaan kenaikan harga barang tersebut di kemudian hari akan menyebabkan merosotnya jumlah yang ditawarkan sekarang karena para produsen akan menunda penawaran barang sampai saat dimana kenaikan harga barang yang dimaksud benar-benar terjadi. Tetapi sebaliknya juga begitu, apabila produsen menduga akan terjadi penurunan harga di masa datang, maka penawaran saat sekarang tiba-tiba akan melonjak karena mereka tidak mau menawarkan barangnya setelah harga yang diduga benar-benar akan turun. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa dugaan akan terjadinya perubahan harga untuk *durable product* akan menggeser kurva penawaran produk itu dengan arah berlawanan. Jika harga diduga akan naik, maka jumlah barang yang ditawarkan turun. Jika harga diduga akan turun, maka jumlah yang ditawarkan akan naik, sekalipun harga-harga sekarang tidak atau masih belum berubah sama sekali.

Untuk produk yang tergolong produk tidak tahan lama atau tidak dapat disimpan lama (*non-durable product*), maka dugaan akan terjadinya kenaikan harga di masa datang justru akan menaikkan penawarannya saat ini karena para produsen mulai berusaha untuk memperluas kapasitas produksi mereka pada masa mendatang. Sebaliknya, jika dugaan yang ada justru adalah dugaan mengenai akan turunnya harga-harga maka hal ini akan menyebabkan turunnya penawaran untuk saat sekarang.

Kenaikan tingkat teknologi akan menyebabkan semakin banyaknya jumlah output yang dihasilkan sehingga semakin banyak pula jumlah barang yang ditawarkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa peningkatan teknologi akan menyebabkan bertambahnya jumlah yang ditawarkan sekalipun tingkat harga adalah konstan dan ini berarti akan menyebabkan kurva penawaran bergeser ke kanan. (Rosyidi,1995:288-299)

2.1.3. Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata tidak sesederhana seperti permintaan pada barang manufaktur. Hal ini karena permintaan pariwisata terdiri dari berbagai unsur dimana unsur yang satu dengan lainnya saling terkait. Dalam permintaan pariwisata ini, produk wisata bukanlah produk nyata yang hanya mempunyai segi ekonomis saja, namun juga bersifat sosial, politik, psikologis, dan alamiah sehingga produk tersebut merupakan rangkaian jasa yang saling terkait. Dalam hal ini permintaan menunjukkan hubungan fungsional antara sejumlah barang atau jasa dengan bermacam-macam harga pada waktu dan tempat tertentu. Banyak faktor yang turut mempengaruhi wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu DTW atau bahkan menunda perjalanan wisata mereka. Faktor-faktor itu tampak begitu kompleks hanya untuk membuktikan bahwa pengertian permintaan pariwisata itu memang berbeda dengan permintaan yang biasa.

Menurut Yoeti (1985: 69-74), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata diantaranya adalah :

1. Pendapatan (*income*)

Pendapatan seseorang banyak sekali menentukan apakah seseorang dapat melakukan perjalanan wisata atau tidak. Seseorang akan melakukan perjalanan wisata bilamana ia telah mempunyai uang lebih dan yang tidak mempengaruhi keadaan rumah tangganya bila ia membelanjakan uang lebih tersebut karena perjalanan wisata identik dengan pembelian barang-barang luks. Dalam ekonomi, pendapatan yang demikian ini disebut "*disposable personal income*" yaitu pendapatan perorangan yang dapat digunakan untuk tabungan atau kebutuhan lain tanpa mengganggu kebutuhan sehari-hari. Sebelum melakukan perjalanan pariwisata, seorang calon wisatawan selalu mengadakan perbandingan-perbandingan terhadap harga maupun kualitas barangnya. Adakalanya sebelum mengambil keputusan, apakah ia melakukan atau tidak, ia memerlukan waktu yang cukup lama. Hal ini disebabkan nilai pembeliannya relatif cukup tinggi dan pembelian tersebut tidak sering dilakukan.

2. Harga (*Price*)

Dalam Teori Ekonomi dikatakan bahwa perubahan dalam harga selalu menimbulkan akibat terhadap pendapatan (*income*). Dan jika ini terjadi, seseorang cenderung melakukan substitusi untuk memenuhi kebutuhannya. Jika terjadi perubahan kenaikan harga, sedangkan pendapatan tetap, maka jumlah barang yang dibeli akan berkurang, baik dalam jumlah dan mungkin kualitasnya. Harga dari Tourist Product terdiri dari :

- a. Biaya Transportasi mulai dari tempat asal wisatawan sampai dengan tempat tujuan.
- b. Biaya barang dan jasa yang dibeli oleh para wisatawan seperti akomodasi, makanan dan minuman, barang souvenir dan sebagainya.
- c. Biaya perbedaan dalam kurs mata uang negara asal wisatawan dengan negara yang dikunjungi.

3. Kualitas (*quality*).

Kualitas barang yang ditawarkan sangat mempengaruhi daya beli. Dalam hal ini kualitas suatu barang atau jasa pariwisata sangat mempengaruhi apakah barang/jasa pariwisata tersebut akan dibeli atau tidak, apalagi dalam persaingan ketat sekarang ini. Kualitas dalam hal "*something to see, something to do, and something to buy*" yang terdapat pada suatu DTW akan mempengaruhi hasrat seseorang untuk berkunjung ke tempat tersebut. Jika kualitas antara DTW yang satu dengan DTW yang lain sama, maka faktor pelayanan memegang peranan penting dalam memenangkan persaingan.

4. Hubungan politik antara dua negara

Jika hubungan politik antara dua negara baik maka penduduk kedua negara tersebut cenderung saling mengunjungi, dan permintaan untuk melakukan perjalanan pariwisata relatif besar. Sebaliknya, jika kedua negara saling

bermusuhan, maka juga akan berdampak pada permintaan untuk melakukan perjalanan pariwisata.

5. Hubungan ekonomi antar negara
Dalam industri pariwisata modern, hubungan perekonomian antar negara merupakan dorongan bagi seseorang untuk mengunjungi suatu negara, terutama untuk menggiatkan usaha-usaha seperti konferensi, simposium, kunjungan kerja, dan lain-lain.
6. Hubungan Sosio-Budaya antara dua negara
Eratnya hubungan sejarah antara dua negara akan mempengaruhi penduduk kedua negara tersebut untuk saling mengadakan kunjungan.
7. Perubahan Cuaca atau Iklim
Adanya pergantian musim yang terjadi menyebabkan banyak orang yang melakukan perjalanan wisata untuk mengunjungi negara yang mengalami iklim yang berbeda.
8. Faktor hari-hari libur
Dipersingkatnya hari-hari kerja, adanya long-weekend dan hari-hari besar seperti Natal dan Tahun Baru, hari-hari libur bagi karyawan dapat meningkatkan kesempatan bagi seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata.
9. Peraturan Pemerintah
Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang mengatur orang-orang yang akan melakukan perjalanan pariwisata pada khususnya, akan sangat mempengaruhi orang-orang dalam melakukan perjalanan wisatanya. Bagi negara yang mengharapkan tingkat kunjungan wisatawannya sebanyak mungkin, maka ditetapkan kebijakan pemberian visa bagi wisatawan yang hendak datang.
10. Teknologi Pengangkutan
Majunya teknologi pengangkutan yang dapat mempersingkat waktu dalam melakukan perjalanan jauh dengan segala fasilitas dan pelayanan yang menarik, mendorong orang-orang untuk *travelling*.

Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata ini menunjukkan bahwa permintaan pariwisata tidak mengharuskan adanya pengaruh *Ceteris Paribus*, sehingga semua variabel dapat diperhitungkan.

Selain faktor pendorong ada juga faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menunda bahkan membatalkan rencana mereka untuk *travelling*,

seperti bencana alam, peperangan, kepadatan penduduk, tingkat urbanisasi, larangan pemerintah, dan sebagainya. Semua hal tersebut perlu diperhatikan untuk dijadikan suatu pertimbangan, atau paling sedikit ada penyesuaian sehingga permintaan (*demand*) pariwisata yang ada tetap terpelihara jumlahnya.

Yoeti (1997;11) juga menjelaskan bahwa permintaan pariwisata itu juga dapat dianalisis secara kuantitatif dari beberapa faktor, antara lain :

1. Berapa banyak wisatawan yang datang
2. Dari negara mana saja mereka datang
3. Menggunakan pesawat apa mereka datang
4. Mereka datang melalui airport atau pelabuhan mana
5. DTW dan obyek wisata mana yang menjadi tujuan mereka
6. Macam akomodasi (hotel atau non-hotel) apa yang mereka gunakan untuk menginap
7. Berapa uang yang dibelanjakan seorang wisatawan setiap hari
8. Berapa lama rata-rata mereka tinggal di tempat tersebut
9. Apakah yang menjadi daya tarik datang kesana
10. Bentuk-bentuk pelayanan apa saja yang mereka butuhkan.

2.1.4. Penawaran Pariwisata

Dalam kepariwisataan, yang dimaksud dengan penawaran pariwisata (*tourism supply*) adalah semua hal yang ada di daerah tujuan wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Hal-hal tersebut diantaranya adalah akomodasi hotel dan non-hotel, obyek dan daya tarik wisata, angkutan wisata, restoran dan sebagainya.

Unsur-unsur yang ditawarkan kepada para wisatawan, baik unsur-unsur yang berupa daya tarik alam (*nature*) dan hasil karya buatan manusia maupun berupa barang dan jasa (*goods and services*), akan dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung ke suatu DTW.

Penawaran pariwisata merupakan penawaran jasa-jasa (*services supply*). Jenis penawaran ini sifatnya dikonsumsi pada saat jasa tersebut dihasilkan dan tidak bisa ditimbun, sehingga jasa tersebut tidak mungkin dipindah-pindahkan. Jika seseorang memerlukan jasa tersebut, maka orang itu harus datang sendiri ke tempat jasa tersebut dihasilkan. Disinilah letak perbedaan antara penawaran pariwisata dengan penawaran barang manufaktur pada umumnya, dimana kalau barang manufaktur seseorang dapat mememesannya tanpa harus datang sendiri pada produsen saat orang tersebut memerlukannya.

Menurut Yoeti (1985: 60-61), penawaran pariwisata terdiri dari :

1. Benda-benda yang disediakan dan terdapat di alam (*Natural Amenities*)

Yang termasuk dalam kelompok ini antara lain; Iklim, Bentuk tanah dan pemandangan, Hutan belukar, Flora dan fauna, Sumber air mineral, Sumber air panas.

2. Hasil ciptaan manusia. Yang termasuk dalam kelompok ini antara lain; benda-benda bersejarah (monumen-monumen bersejarah dan sisa-sisa peradaban masa lampau), yang bersifat kebudayaan (galeri seni, festival kebudayaan, upacara tradisional, kesenian rakyat), yang bersifat keagamaan (rumah-rumah ibadah).

3. Prasarana (*infrastructure*) yang terdiri dari :
 - 3.1. Prasarana Umum (*General Infrastructure*) seperti sumber air tawar, pembangkit tenaga listrik, jalan raya, pelabuhan laut dan bandara, telekomunikasi dan lain sebagainya.
 - 3.2. Kebutuhan masyarakat banyak (*Basic Needs of Civilized Life*) seperti, Rumah Sakit, *shopping center*, bank, kantor polisi, polisi, dan kantor-kantor yang berhubungan dengan kepariwisataan (*Tourist Information Center, Government Tourists Office*, dan sebagainya).
4. Sarana Kepariwisata, dibagi dalam tiga bagian yang saling menunjang, yaitu :
 - 4.1. Sarana Pokok Kepariwisata, seperti; usaha perjalanan wisata, hotel dan non hotel, restoran, obyek wisata, dan atraksi wisata.
 - 4.2. Sarana Pelengkap Kepariwisata, umumnya sarana pelengkap ini bersifat rekreasi dan hiburan seperti; fasilitas rekreasi dan sarana untuk olah raga.
 - 4.3. Sarana Penunjang Kepariwisata, seperti Bar, *Souvenirshop*, dan lain sebagainya.
5. Tata cara hidup bermasyarakat
Tata cara hidup tradisional dari suatu masyarakat di DTW merupakan salah satu sumber yang sangat penting untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Bagaimana kebiasaan hidupnya, adat istiadatnya merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut. hal seperti ini sudah terbukti dapat dijadikan *events* yang dinikmati wisatawan.

2.1.5. Gambaran Pariwisata

2.1.5.1. Pengertian dan Definisi Pariwisata

Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan sebagaimana ditindak lanjuti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 telah mendefinisikan hal-hal mengenai kepariwisataan sebagai berikut:

- Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut;
- Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek wisata;
- Obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata;
- Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata;
- Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait bidang tersebut.

Pada Pasal 4 Ayat (1) Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 disebutkan bahwa obyek dan daya tarik wisata terdiri atas 2 (dua) jenis yaitu :

- a. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna;
- b. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Sebenarnya pengertian pariwisata sendiri, seperti halnya dengan istilah-istilah lainnya, masih belum ada keseragaman tentang batasan yang diberikan. Dari beberapa batasan mengenai pengertian pariwisata yang dikemukakan oleh beberapa ahli ilmu pariwisata di luar negeri dapat disimpulkan bahwa pengertian pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kunjungan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pengertian pariwisata tersebut merupakan pengertian pariwisata yang paling murni, dimana perjalanan wisata yang dimaksud adalah perjalanan yang tidak diselingi dengan keperluan atau maksud-maksud yang lain, selain mengisi waktu luang dalam masa liburan. Tetapi dalam pengertian kepariwisataan yang modern sekarang ini dapat dikatakan semua perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain merupakan perjalanan pariwisata. Hal ini dilandaskan bahwa setelah urusan dinas selesai, maka sebagian waktunya dapat digunakan untuk menyaksikan obyek atau atraksi wisata di tempat yang dikunjunginya sehingga timbul suatu istilah *business tourist*, yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan dinas atau bisnis dan ketika tujuan semula sudah selesai, sebagian waktunya digunakan untuk melakukan perjalanan wisata di tempat yang dikunjunginya.

Menurut P.W. Ogilive, seorang ahli kepariwisataan Inggris, yang disitir oleh Oka A. Yoeti (1996; 142) dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata, batasan wisatawan sebagai berikut :

“Wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tidak dengan mencari nafkah di tempat tersebut. “

Meskipun pengertian wisatawan tersebut lebih menyangkut kepada wisatawan internasional atau mancanegara, tetapi pengertian tersebut juga memasukkan wisatawan dalam negeri (*domestic tourist*) ke dalam kategori wisatawan. Dalam hal ini yang terpenting adalah uang yang dibelanjakan tersebut bukan diperoleh dari negara yang dikunjungi, tetapi harus diperoleh dari tempat asalnya.

Yoeti (1996;143-144) juga membedakan wisatawan menjadi dua jenis, antara lain :

- a. Wisatawan asing (*foreign tourists*) adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata. yang datang memasuki negara lain yang bukan merupakan negara yang biasanya ia tinggali. Wisatawan yang asing bagi suatu negara dapat ditandai dari status kewarganegaraannya, dokumen perjalanan yang dimilikinya, dan jenis mata uang yang dibelanjakannya karena pada umumnya golongan wisatawan ini hampir selalu menukarkan uangnya terlebih dahulu pada bank atau *money changer* sebelum berbelanja.

- b. Wisatawan domestik (*domestic tourists*) adalah wisatawan dalam negeri, yaitu seseorang warga negara yang melakukan perjalanan pariwisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya. Jadi disini tidak ada sama sekali unsur asingnya, baik kebangsaannya, uang yang dibelanjakan, atau dokumen perjalanan yang dimilikinya.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), dengan adanya berbagai definisi untuk berbagai keperluan itu menimbulkan adanya kesulitan-kesulitan, antara lain dalam rangka penyusunan statistik kepariwisataan dari berbagai negara. Maka *World Tourism Organization* (WTO) dan *International Union Office Travel Organization* (IUOTO) selaku induk organisasi masyarakat pariwisata internasional telah memberikan batasan/ definisi yang seragam tentang wisatawan.

Definisi yang seragam itu menggunakan istilah “pengunjung (tamu mancanegara)” untuk setiap orang yang mengunjungi suatu negara diluar tempat tinggalnya dan didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjunginya.

Definisi ini mencakup dua kategori :

2. Wisatawan (*tourist*) adalah setiap pengunjung seperti definisi diatas yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 6 bulan dengan maksud kunjungan antara lain ; berlibur, pekerjaan/ bisnis, kesehatan, pendidikan, misi/ pertemuan/ kongres, mengunjungi teman/ keluarga, keagamaan, olah raga dan lainnya.

3. Pelancong (*Excursionist*) adalah setiap pengunjung seperti definisi diatas yang tinggal kurang dari 24 jam di tempat yang dikunjungi (termasuk *cruise passenger*). *Cruise passenger* adalah setiap pengunjung yang tiba di suatu negara dengan kapal atau kereta api dan mereka tidak menginap di akomodasi yang telah tersedia di negara tersebut. (BPS. 2001-2002; xiii)

2.1.5.3. Industri Pariwisata

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

Kemajuan pengembangan pariwisata sebagai industri sebenarnya ditunjang oleh berbagai macam usaha yang perlu dikelola secara terpadu dan sebaik mungkin. (Spillane, 1991; 42). Usaha-usaha tersebut diantaranya :

1. promosi untuk memperkenalkan obyek pariwisata;
2. transportasi yang lancar;
3. kemudahan keimigrasian dan birokrasi;
4. akomodasi yang menjamin penginapan yang nyaman;
5. pemandu wisata yang cakap;
6. penawaran barang atau jasa dengan mutu yang terjamin dan harga yang wajar;
7. pengisian waktu dengan atraksi yang menarik;

8. kondisi lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Menurut Yoeti (1996;169-171), produk yang dihasilkan dalam industri pariwisata mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Hasil atau produk industri pariwisata itu tidak dapat dipindahkan, karena itu dalam perjalanannya tidak mungkin produk itu dibawa sendiri kepada konsumen, sebaliknya konsumen (dalam hal ini wisatawan) yang harus dibawa ke tempat produk tersebut dihasilkan. Dalam industri barang biasa, hasil atau produknya dapat dipindahkan kemana barang itu dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen.
2. Pada umumnya peranan perantara (*middlemen*) tidak diperlukan karena proses produksi terjadi pada saat bersamaan dengan konsumsi. Satu-satunya perantara yang merupakan saluran (*channel*) dalam penjualan jasa industri pariwisata hanyalah *Travel Agent* atau *Tour Operator* saja.
3. Hasil atau produk industri pariwisata tidak dapat ditimbun, seperti halnya terjadi pada industri barang lainnya, dimana penimbunan hanya merupakan kebiasaan untuk meningkatkan permintaan. Misalnya hari itu akan diadakan upacara adat, kita tidak dapat menyaksikannya lagi pada keesokan harinya. Jadi kita harus menunggu kembali waktu diadakannya upacara adat tersebut.
4. Permintaan (*demand*) terhadap hasil atau produk industri pariwisata tidak tepat karena sangat dipengaruhi faktor-faktor non ekonomi, Apabila terjadi kekacauan atau peperangan atau bencana alam, maka akan mengakibatkan permintaan akan berkurang. Sebaliknya pada saat musim berlibur dan kondisi saat itu normal, maka permintaan akan meningkat.

5. Calon konsumen tidak dapat mencoba atau mencicipi produk yang akan dibelinya. Mereka hanya dapat melihat dari brosur (*leaflets, booklets, poster*) melalui *slides*, tv atau film yang khusus dibuat untuk kepentingan promosi pariwisata.
6. Hasil atau produk industri pariwisata banyak bergantung pada tenaga manusia dan sedikit sekali yang dapat digantikan dengan mesin.
7. Dari segi pemilikan usaha, penyediaan produk industri pariwisata dengan membangun sarana kepariwisataan yang memakan biaya besar, mempunyai tingkat resiko yang tinggi karena permintaannya sangat peka terhadap perubahan situasi politik, ekonomi, sikap masyarakat, kondisi alam dan kesenangan wisatawan.

Menurut Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur dalam “Pariwisata Jawa Timur Tahun 2002 Dalam Angka”, jenis-jenis usaha yang termasuk dalam industri pariwisata, antara lain :

1. Usaha jasa pariwisata

a. Usaha Perjalanan Wisata

Usaha Perjalanan Wisata merupakan suatu usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan, dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.

b. Usaha Pramuwisata

Salah satu jasa pariwisata yang sangat penting untuk wisatawan adalah jasa pramuwisata (*guide*). Hampir semua pekerjaan pramuwisata tidak menggunakan suatu media atau instrumen, sebagian besar dari mereka hanya mengandalkan kemahiran dalam berbahasa asing dan pengetahuannya tentang kebudayaan dan keadaan setempat. Oleh karena itu, keberhasilan pelayanannya dan kepuasan wisatawan akan sangat dipengaruhi oleh sikap keramah tamahan dari seorang pramuwisata.

c. Usaha Konvensi dan Pameran

Merupakan suatu usaha jasa pariwisata yang merencanakan, menyediakan fasilitas, melayani, dan menyelenggarakan konvensi dan atau suatu pameran.

d. Usaha Impresariat

Merupakan usaha jasa pariwisata di bidang seni dan olahraga yang kegiatannya mengurus penyelenggaraan hiburan, baik yang berupa mendatangkan, mengirim maupun mengembalikannya, serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan.

e. Usaha Informasi Pariwisata

Merupakan suatu usaha jasa pariwisata yang menyediakan dan menyebarkan informasi kepariwisataan.

2. Usaha Sarana Pariwisata

A. Usaha Akomodasi

Jenis usaha akomodasi menurut peraturan perundang-undangan Kepariwisataaan dikelompokkan menjadi lima jenis, yaitu :

1. Hotel Berbintang

Menurut batasan Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa hotel berbintang merupakan hotel-hotel yang berdasarkan penilaian tim penilai Dirjen Pariwisata telah memenuhi persyaratan/ kriteria yang telah ditentukan.

Persyaratan tersebut antara lain mencakup:

- a. persyaratan fisik, meliputi lokasi hotel dan kondisi bangunan;
- b. bentuk pelayanan yang diberikan (*service*);
- c. kualifikasi tenaga kerja meliputi pendidikan, kesejahteraan karyawan;
- d. fasilitas olah raga dan rekreasi lainnya yang tersedia seperti lapangan tenis, kolam renang, diskotik dan sebagainya;
- e. jumlah kamar yang tersedia.

(BPS, 2003;4)

Berikut ini akan dijelaskan lebih detail tentang persyaratan tersebut diatas :

- a. persyaratan fisik, meliputi lokasi hotel dan kondisi bangunan;

a.1. Lokasi Hotel berbintang meliputi:

- a.1.1. *City hotel* merupakan hotel yang terletak di dalam kota, dimana sebagian besar tamunya yang menginap melakukan kegiatan bisnis dan atau konvensi.

a.1.2. *Resort hotel* merupakan hotel yang terletak di kawasan wisata, dimana sebagian besar tamunya yang menginap tidak melakukan kegiatan usaha melainkan untuk melakukan kegiatan wisata.

a.2. Kriteria hotel berbintang juga dapat dilihat dari kondisi bangunannya yang meliputi :

a.2.1. *Small hotel* yaitu hotel kecil dengan jumlah kamar antara 10 hingga 150 kamar.

a.2.2. *Medium hotel* yaitu hotel ukuran sedang dimana dalam medium hotel ini ada dua kategori, yaitu:

a.2.2.1. *Average hotel* dengan jumlah kamar antara 150 hingga 299 kamar

a.2.2.2. *Above hotel* dengan jumlah kamar antara 300 hingga 600 kamar

a.2.3. *Large hotel* yaitu hotel dengan klasifikasi sebagai hotel besar dengan jumlah kamar minimal 600 kamar.

b. Bentuk pelayanan yang diberikan (*service*)

Menurut Dirjen Pariwisata dalam buku Richard Sihite, beberapa jenis pelayanan yang diberikan oleh hotel berbintang antara lain :

b.1. Pelayanan penerimaan tamu (*reception*);

b.2. Pelayanan pemesanan kamar (*reservation*);

b.3. Pelayanan barang bawaan tamu (*uniform service*);

b.4. Pelayanan Informasi (*information*);

b.5. Pelayanan telepon (*telephone Operator*);

b.6. Pelayanan sub bagian kamar (*floor section*);

b.7. Pelayanan dobi (*laundry service*);

b.8. Pelayanan pengolahan makanan dan restoran;

b.9. Room service adalah salah satu bagian “*outlet*” bagian tata hidang atau *food and beverage service*, yang mempunyai fungsi utama adalah untuk melayani pemesanan makanan dan minuman ke kamar-kamar tamu. Pemesanan dilakukan oleh tamu penghuni kamarnya melalui telepon dan diterima oleh *order taker* khusus di bagian room service (*waiter* yang memiliki kemampuan serta ketrampilan berkomunikasi dengan baik). *Room service* ini pada umumnya berada di *kitchen* dan *service lift* atau lift khusus untuk pelayanan (para pegawai hotel naik serta turun membawa peralatan/ perlengkapan dan sebagainya).

(Sihite, 1997: 99-105)

c. Kualifikasi tenaga kerja di hotel berbintang menurut Dirjen Pariwisata dalam buku Richard Sihite yaitu :

Sebenarnya karier seorang karyawan hotel bukan ditentukan oleh tingkat pendidikan formal saja, tetapi terutama sangat ditentukan oleh prestasi kerjanya, meskipun tingkat pendidikan tidak bisa diabaikan sama sekali karena semakin tinggi ilmu yang dimiliki seseorang akan semakin cepat mencerna suatu permasalahan.

Untuk penilaian seorang karyawan hotel akan tercermin dalam *Job Performance Review*, sehingga tidak ada alasan bagi karyawan yang berpendidikan di luar Lembaga Pendidikan Perhotelan dan Kepariwisataan merasa kecil hati untuk meniti karier melalui satu prestasi kerja dalam usaha

perhotelan, apalagi bagi mereka yang berpendidikan dalam bidang Perhotelan dan Kepariwisataaan.

Pada hotel berbintang, memang sebagian besar karyawannya berasal dari Lembaga Pendidikan Hotel dan Pariwisata, tetapi tidak menutup bagi kemungkinan bagi mereka yang berpendidikan selain itu untuk direkrut sebagai karyawan hotel berbintang karena hotel berbintang pada umumnya juga menyediakan kelas khusus bagi mereka yang akan direkrut sebagai karyawan dan hotel yang bersangkutan mengadakan pendidikan dan pelatihan (*job training*) tentang Ilmu Perhotelan dan Kepariwisataaan.

Pada hotel-hotel berbintang juga harus ikut aktif mengadakan program pendidikan bagi karyawannya di dalam maupun di luar hotel dengan cara pelatihan intern dan pengiriman karyawan ke chain hotel bahkan ke luar negeri sehingga akan semakin banyak tenaga-tenaga kerja perhotelan di Indonesia dari berbagai bidang yang memiliki kemampuan teknis ataupun manajemen hotel setara dengan tenaga-tenaga kerja asing. (Sihite, 1997:86-87)

d. Fasilitas-fasilitas lain dalam hotel berbintang yang meliputi :

Fasilitas parkir yang luas untuk kendaraan para tamu, fasilitas olah raga dan rekreasi seperti : lapangan golf, lapangan tenis, kolam renang, pusat kebugaran (*fitness centre*), diskotek, tempat karaoke.

e. Jumlah kamar yang tersedia dalam hotel berbintang

e.1. Minimum 10-14 kamar untuk hotel berbintang satu (*)

- e.2. Minimum 15-29 kamar untuk hotel berbintang dua (**)
- e.3. Minimum 30-49 kamar untuk hotel berbintang tiga (***)
- e.4. Minimum 50-99 kamar untuk hotel berbintang empat (****)
- e.1. Minimum 100 kamar keatas untuk hotel berbintang lima (*****)

(BPS,2001:4)

2. Hotel Melati

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), hotel melati adalah suatu usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dimana setiap orang dapat menginap dengan atau tanpa makan dan memperoleh pelayanan serta menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran tetapi hotel ini belum memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang telah ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah (DIPARDA).

(BPS, 2003:4)

3. Pondok Wisata (*Homestay*).

Merupakan usaha penyediaan jasa pelayanan penginapan bagi umum dengan pembayaran harian yang dilakukan perseorangan dengan menggunakan sebagian dari tempat tinggalnya.

4. Bumi perkemahan (*Camping ground*)

Merupakan suatu tempat terbuka yang berupa sebidang tanah dan dilengkapi dengan fasilitas umum yang sederhana, yang disediakan secara komersial oleh perusahaan jasa akomodasi pariwisata untuk keperluan berkemah (*camping*)

5. Penginapan remaja (*Youth hostel*)

Merupakan usaha penyediaan jasa pelayanan penginapan bagi remaja sebagai akomodasi dalam rangka kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk rekreasi, memperluas pengetahuan/ pengalaman dan perjalanan.

B. Katering industri/ usaha makan dan minum

Katering industri adalah suatu industri yang bergerak dalam usaha pelayanan makanan dan minuman yang diperuntukkan baik untuk umum maupun lembaga-lembaga yang memesan secara khusus untuk keperluan yang bermacam-macam. Termasuk dalam industri ini adalah bar dan restoran, *coffee shop*, kafetaria, rumah makan, warung dan perusahaan sejenisnya. Jadi aktifitas kegiatannya meliputi segala macam usaha yang menyediakan makan dan minum serta usaha sejenisnya, tetapi meskipun dikelompokkan ke dalam usaha layanan makanan dan minuman (*foods and beverages*), sebenarnya kegiatannya sangat luas dan beraneka ragam (Yoeti, 1996; 263)

dalam praktek, usaha bidang restoran tidak dapat dipisahkan dengan industri perhotelan karena orang yang menginap pada suatu hotel pasti memerlukan makanan dan minuman. Memang tidak semua orang yang menginap pada suatu hotel, makan di hotel yang sama. Hal ini disebabkan oleh adanya orang yang tidak cocok dengan masakan hotel tersebut sehingga terpaksa mencari makanan di tempat lain.

Hal ini dapat dilakukan jika hotel dimana orang tersebut menginap merupakan *city hotel* yang lokasinya terletak di pusat kota. Tetapi jika orang tersebut

menginap pada hotel yang termasuk *resort hotel* maka peranan restoran dalam hotel akan sangat menentukan, karena selain tidak ada pilihan lain, juga karena lokasinya jauh dengan restoran lain dimana tamu dapat memilih makanan dan minuman sesuai selera.

C. Usaha Angkutan Wisata

Angkutan wisata beda dengan angkutan penumpang umum yang melayani kompleksitas kebutuhan manusia, baik skala lokal, antar daerah, antar propinsi, maupun antar negara. Angkutan wisata semata-mata diperuntukkan bagi pemenuhan kebutuhan layanan aksesibilitas bagi wisatawan, baik yang bersifat sewa (carter) seperti bus pariwisata, angkutan umum yang khusus menuju obyek wisata atau layanan angkutan khusus dalam area obyek wisata itu sendiri.

D. Usaha Wisata Tirta

Yang dimaksud dengan usaha sarana wisata tirta antara lain kegiatan yang termasuk ke dalam pengertian usaha sarana pariwisata seperti akomodasi dan makan minum yang dioperasikan diatas air dan bersifat mobile seperti kapal pesiar, restoran apung, dan sebagainya.

E. Usaha Kawasan Pariwisata

Usaha kawasan pariwisata adalah bentuk kegiatan pengelolaan beberapa jenis varietas usaha pariwisata diatas lahan minimal 100 ha dibawah satu manajemen.

F. Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum

Perkembangan jenis usaha hiburan umum pada dasarnya sangat tergantung dari kebijakan daerah setempat, khususnya dalam menyeleksi jenis-jenis usaha yang

diperbolehkan beroperasi. Jenis usaha ini, khususnya hiburan malam sering dianggap sebagai usaha yang rentan untuk menimbulkan konflik dengan nilai religi dan kultur masyarakat sehingga perlu memperoleh perhatian dan pembinaan kepada jajaran pengusaha agar dapat menciptakan citra produk wisata yang tidak bertentangan dengan agama dan budaya masyarakat.

2.2. Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai Kepariwisataannya sebelumnya sudah ada dan salah satunya oleh M. Amintahari dengan judul skripsi “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Sektor Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta” . tetapi ada banyak hal yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada wilayah penelitian, variabel-variabel yang digunakan, dan juga periode penelitian. Wilayah penelitian Amintahari adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), sedangkan penulis mengambil wilayah Kabupaten Malang. Begitu juga dengan variabel yang digunakan dalam penelitian Amintahari menggunakan 5 (lima) variabel bebas yaitu Jumlah Wisatawan Mancanegara, Jumlah Wisatawan Nusantara, Rata-rata Lama Tinggal Wisatawan Mancanegara di DIY, Rata-rata Lama Tinggal Wisatawan Nusantara di DIY, dan Kurs Rata-rata (nilai tukar rupiah terhadap Dollar AS) dan 1(satu) variabel tergantung yaitu Pendapatan sektor pariwisata di DIY. Sedangkan penulis menggunakan 4 (empat) variabel bebas yaitu jumlah wisatawan mancanegara di Kabupaten Malang, jumlah wisatawan nusantara di Kabupaten Malang, jumlah tamu hotel/ penginapan di Kabupaten Malang dan jumlah

pengunjung obyek pariwisata di Kabupaten Malang. Sedangkan variabel tergantungnya adalah Pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang.

Penelitian oleh Amintahari mempunyai kesimpulan bahwa Jumlah Wisatawan Mancanegara, Jumlah Wisatawan Nusantara, Rata-rata Lama Tinggal Wisatawan Mancanegara di DIY, Rata-rata Lama Tinggal Wisatawan Nusantara di DIY, dan Kurs Rata-rata (nilai tukar rupiah terhadap Dollar AS) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap Pendapatan sektor pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan faktor yang dominan adalah Jumlah Wisatawan Mancanegara.

2.3. Hipotesis dan Model Analisis

2.3.1. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, landasan teori dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, serta dengan memperhatikan kejadian empiris maka hipotesis dalam pengujian ini adalah :

1. Diduga bahwa jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara, dan jumlah tamu hotel/ penginapan mempunyai pengaruh terhadap pendapatan pariwisata Kabupaten Malang;
2. Diduga bahwa variabel jumlah wisatawan nusantara mempunyai pengaruh dominan terhadap Pendapatan sektor Pariwisata di Kabupaten Malang.

2.3.2. Model Analisis

Penelitian yang dilakukan menggunakan model analisis yang menganalisis data secara kualitatif dan kuantitatif berdasarkan data yang diperoleh dari instansi-instansi, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (majemuk) yang berguna untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas (*Independent Variable*) dengan variabel tergantung (*Dependent Variable*).

Untuk itu model analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Output atau variabel tergantung (*Dependent Variable*)

X₁, X₂ dan X_n = Input atau variabel bebas (*Independent Variable*)

β₀, β₁, β₂ dan β₃ = Parameter yang ditaksir

ε = *error term* (faktor pengganggu) dalam hal ini merupakan faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam model

Dalam menaksir parameter model regresi majemuk tersebut digunakan metode penafsiran OLS (*Ordinary Least Square*).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel yaitu variabel tergantung (*Dependent Variable*) dan variabel bebas (*Independent Variable*). Variabel tergantung yang digunakan adalah Pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang. Berikut identifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian :

Variabel Tergantung :

Y = Pendapatan Sektor Pariwisata Kabupaten Malang

Variabel Bebas :

X1 = Jumlah Wisatawan Mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Malang

X2 = Jumlah Wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang

X3 = Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan di Kabupaten Malang

3.2. Definisi Operasional

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai apa yang dimaksud variabel-variabel yang akan dipakai dalam penelitian untuk mengetahui arah dan tujuan dari penulisan skripsi.

3.2.1. Pendapatan sektor pariwisata Kabupaten Malang adalah total pendapatan yang berasal dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara selama kurun waktu 1 (satu) tahun yang diperoleh Pemerintah Kabupaten

Malang, bersumber dari Dinas Pariwisata Kabupaten Malang dengan satuan rupiah.

3.2.2. Jumlah wisatawan mancanegara adalah total jumlah wisatawan mancanegara yang datang di Kabupaten Malang selama kurun waktu 1 (satu) tahun, bersumber dari Dinas Pariwisata Kabupaten Malang dengan satuan orang.

3.2.3. Jumlah wisatawan nusantara adalah total jumlah wisatawan nusantara yang datang di Kabupaten Malang selama kurun waktu 1 (satu) tahun, bersumber dari Dinas Pariwisata Kabupaten Malang dengan satuan orang.

3.2.4. Jumlah tamu hotel/ penginapan adalah total jumlah tamu yang menginap di hotel/ penginapan yang terdapat di Kabupaten Malang selama kurun waktu 1 (satu) tahun, bersumber dari Dinas Pariwisata Kabupaten Malang dengan satuan orang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data sekunder dengan periode 1985-2005 yang diperoleh dari berbagai sumber data yaitu instansi-instansi yang terkait dengan masalah kepariwisataan (Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur dan Biro Pusat Statistik) serta berbagai sumber lain dalam berbagai bentuk yang mendukung penelitian ini.

3.4. Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan membaca dan mengutip dari berbagai sumber yang relevan, dimana data yang berhasil dikumpulkan disusun sedemikian rupa yang kemudian diolah dan dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif sesuai dengan penelitian ini.

3.5. Teknik Analisis

Analisis ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif dan kuantitatif dengan model regresi. Pengujian hipotesa secara statistik melalui uji signifikan dengan menggunakan teknik analisis yaitu :

- a) Analisis kualitatif, dimana akan diuraikan dan dibahas atas setiap data yang diperoleh, sehingga didapat gambaran mengenai perkembangan skripsi ini.
- b) Analisis kuantitatif melalui metode regresi linier berganda yang akan digunakan untuk menaksir parameter. Metode penaksiran yang dipakai adalah Kuadrat Terkecil Biasa (OLS). Penggunaan metode OLS ini didasarkan atas asumsi-asumsi model linier klasik. Asumsi-asumsi tersebut adalah :
 - 1) Rata-rata kesalahan pengganggu adalah nol. Asumsi ini menginginkan model yang secara tepat dapat menggambarkan rata-rata variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam observasi.
 - 2) Homoskedastisitas, yaitu dari varians tidak berbeda dari satu observasi ke observasi yang lainnya.

- 3) Non Autokorelasi, yaitu gangguan yang terdapat di satu observasi tidak berkorelasi dengan gangguan di observasi lainnya.
- 4) Gangguan didistribusikan menurut distribusi normal. Asumsi ini diperlukan terutama dalam peramalan dan pengujian.
- 5) Tidak ada Multikolinearitas yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.
- 6) Gangguan tidak berkorelasi dengan variabel bebas. Nilai variabel bebas harus tidak berubah dari satu sampel ke sampel lainnya, memang variabel ini yang dilihat pengaruhnya terhadap variabel tergantung.

Dengan asumsi-asumsi tersebut, maka teknik analisis dengan menggunakan metode OLS akan diperoleh penaksir yang tidak bias linier terbaik. (*Best Linearity Unbiased Estimator / BLUE*). Kemudian model tersebut diuji dengan menggunakan beberapa kriteria penilaian. Hal ini mempunyai maksud agar dapat diketahui sampai dimana hubungan antar variabel tersebut. Kriteria-kriteria penilaian tersebut adalah Uji Statistik Koefisien Korelasi (R^2), Uji Statistik F dan juga Uji Statistik t.

Koefisien korelasi (R^2) untuk menunjukkan kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel terikat atau tergantung. Nilai (R^2) adalah nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$), bahwa semakin dekat nilai R^2 dengan satu maka semakin kuatlah model tersebut dalam menerangkan variasi dari variabel tergantung dan sebaliknya jika mendekati nol, maka semakin lemahlah model tersebut dalam menerangkan variasi variabel tergantung.

Uji statistik F, yaitu untuk menunjukkan apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung. Apabila Uji F yang dilakukan menunjukkan signifikan, maka secara bersama-sama variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung.

Uji statistik t untuk menunjukkan pengaruh tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel tergantung secara individu, dikontrol oleh variabel bebas yang lain pada persamaan yang bersangkutan dalam menerangkan variabel tergantung. Dengan kata lain apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung. Apabila hasil uji t menunjukkan yang signifikan, maka variabel bebas tersebut secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung, dan apabila terjadi sebaliknya berarti variabel tersebut tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Kabupaten Malang merupakan daerah yang subur untuk pertanian, perkebunan dan persawahan. Selain itu Kabupaten Malang juga mempunyai banyak potensi di bidang pariwisata yang terlihat dari banyaknya Daerah Tujuan Wisata (DTW) dan faktor-faktor pendukung seperti restoran, hotel dan penginapan, toko-toko souvenir, sarana dan prasarana transportasi dan lain-lain. Hal ini dapat dimanfaatkan secara optimal oleh Pemerintah Kabupaten setempat sebagai upaya untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha serta diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pada saat sekarang Kabupaten Malang telah berkembang menjadi daerah tujuan utama wisata di Indonesia khususnya di Jawa Timur karena beraneka ragam potensi yang dimiliki. Berikut beberapa hal yang menjadi kekuatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang:

1. Secara historis Kabupaten Malang merupakan salah satu pusat pemerintahan di Jawa Kuno yaitu sejak jaman Singosari. Sebagai wilayah pusat budaya dan sejarah banyak sekali terdapat candi dan monumen yang digemari oleh wisatawan, misalnya Candi Jago dan Candi Singosari.

2. Selain wisata budaya, Kabupaten Malang juga memiliki pesona alam yang sangat indah yang dapat ditampilkan sebagai obyek wisata seperti pantai dan gunung. Beberapa pantai yang sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Pantai Ngliyep dan Pantai Balekambang. Sedangkan Gunung yang terkenal diantaranya Gunung Semeru dan Gunung Arjuna.
3. Malang merupakan daerah yang subur sehingga hal ini dimanfaatkan untuk agrowisata seperti perkebunan apel dan perkebunan lain yang sangat menarik bagi wisatawan.
4. Kabupaten Malang memiliki posisi yang cukup strategis di wilayah Propinsi Jawa Timur. Ini terlihat oleh banyaknya sarana transportasi antar daerah yang melalui Kabupaten Malang. Posisi yang strategis ini merupakan kekuatan yang dapat menunjang industri pariwisata di Malang.

4.1.1. Letak Geografis dan Astronomis

Secara astronomis Kabupaten Malang terletak antara $112^{\circ} 17'10,9''$ - $112^{\circ} 57'00''$ BT dan $7^{\circ} 44'55,11''$ - $8^{\circ} 26'34,45''$ LS. Secara geografis, Kabupaten Malang merupakan daerah dataran tinggi yang dikelilingi oleh Gunung Arjuno, Gunung Anjasmoro, Gunung Bromo, Gunung Semeru, Gunung Kawi, Gunung Kelud, Gunung Panderman, Gunung Welirang serta pegunungan kapur di Malang Selatan. Kabupaten Malang terdiri dari 33 Kecamatan, 374 Desa dan 12 Kelurahan.. Malang sebagai kota yang indah dan sejuk terletak sekitar 90 Km arah selatan

Surabaya, merupakan daerah yang cocok untuk beristirahat. Malang sebagai kota wisata, memiliki banyak obyek dan daya tarik wisata yang tersebar di wilayah kabupaten, seperti kawasan Batu, Tumpang, Lawang, Gunung Kawi dan beberapa pantai di Malang Selatan.

Kabupaten Malang memiliki luas wilayah sebesar 2.977,05 Km², merupakan terbesar kedua setelah Kabupaten Banyuwangi, dari ke 38 Kabupaten/Kota di wilayah Propinsi Jawa Timur. Dari seluruh total luas tersebut sekitar 54,93 persennya dimanfaatkan sebagai lahan pertanian (tegalan, sawah, perkebunan) sedangkan pemanfaatan untuk pemukiman penduduk baru 13,71 persennya.

Kabupaten Malang memiliki posisi yang cukup strategis di wilayah Propinsi Jawa Timur. Ini terlihat oleh banyaknya sarana transportasi antar daerah yang melalui Kabupaten Malang. Posisi yang strategis ini merupakan investasi yang berharga dalam menunjang pelaksanaan pembangunan.

Batas-batas Kabupaten Malang adalah :

- Sebelah utara timur : Kabupaten Pasuruan dan Probolinggo
- Sebelah timur : Kabupaten Lumajang
- Sebelah selatan : Samudra Indonesia
- Sebelah barat : Kabupaten Blitar
- Sebelah timur : Kabupaten Kediri dan Mojokerto

4.1.2 Potensi Pariwisata Kabupaten Malang

Sarana dan prasarana yang memadai serta keramahamtaman masyarakatnya menjadikan Kabupaten Malang sebagai daerah tujuan wisata yang sangat diminati oleh wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Selain itu Malang mempunyai banyak obyek wisata baik wisata alam maupun wisata budaya antara lain candi, pantai, pemandian dan sebagainya. Untuk lebih mengenal keadaan kepariwisataan Malang, berikut dikemukakan beberapa obyek wisata yang menjadi unggulan Malang.

A. Wisata Pantai/ Bahari

Berikut ini adalah beberapa wisata pantai/ bahari yang terdapat di Kabupaten Malang dan yang sering didatangi oleh wisatawan baik mancanegara maupun nusantara :

1. Pantai Bale Kambang

Pantai Bale Kambang adalah kawasan wisata yang memiliki tiga pulau terletak kurang lebih 100 meter dari pantai, untuk menjangkaunya dihubungkan oleh jembatan yang lebarnya kurang lebih 1 meter. Ketiga pulau tersebut adalah Pulau Ismoyo, Pulau Hanoman dan Pulau Wisanggeni. Di Pulau Ismoyo dibangun sebuah Pura pemujaan kepada Sang Hyang Widhi oleh para penganut agama Hindu, seperti di Tanah Lot Bali. Sebelum Hari Raya Nyepi masyarakat Hindu melakukan upacara *Jalani Dhipuja*.

2. Pantai Ngliyep

Terletak di pantai Samudra Hindi, pantai ngliyep memiliki panorama alam dan ombak yang indah namun tidak dapat digunakan kegiatan rekreasi wisata tirta,

mengingat pantainya banyak terdapat batu-batu karang yang tajam juga ombak lautnya besar. Yang dapat dinikmati oleh wisatawan adalah perpaduan kondisi alam sekitar pantai yang berwujud hutan dan keberadaan pulau yang dtumbuhi oleh tumbuh-tumbuhan lebat dan panorama laut lepas. Yang unik dan sangat menarik adalah saat diadakan upacara labuh sesaji di pulau Kumbang yang letaknya menjorok ke laut, upacara tradisional Labuhan ini dilakukan pada setiap bulan Maulud.

3. Pantai Sendang Biru

Pantai Sendang Biru memiliki deburan ombak laut yang tidak langsung, sebab terhalang oleh pulau Sempu, 300 meter dari pantai, pulau Sempu telah dinyatakan sebagai cagar alam. Pantai sendang biru merupakan tempat rekreasi wisata laut yaitu berperahu mengelilingi pulau Sempu dan diving (Olahraga Selam). Selain sebagai tempat berwisata, pantai Sendang Biru juga merupakan pendaratan ikan, bila beruntung ikan besar dengan harga murah dapat dibeli dan sekaligus dibakar sebagai santapan makan siang.

B. Wana Wisata

Beberapa obyek wisata yang termasuk dalam Wana Wisata diantaranya adalah :

1. Air Terjun Cuban Rondo

Air Terjun Cuban Rondo merupakan salah satu obyek wisata alam yang terletak kurang lebih 12 kilometer dari Kota Batu atau tepatnya di Desa Pandansari Kecamatan Pujon. Air Terjun Cuban Rondo merupakan wana wisata dimana akan ditemui air terjun dengan ketinggian 60 meter. Kawasan Air Terjun Cuban Rondo adalah kawasan wisata yang mudah ditempuh karena jalan masuk menuju lokasi ini

sudah beraspal sehingga sangat memudahkan wisatawan mengunjungi obyek wisata ini. Disekitar air terjun ditumbuhi pohon-pohon pinus dan cemara gunung, membuat suasana serasa sejuk. Tidak hanya air terjun namun juga dapat melihat panorama keindahan kota Batu, aneka tanaman toga, satwa serta penginapan yang pada saat ini dalam tahap pengerjaan.

2. Air Terjun Cuban Glotak

Air Terjun Cuban Glotak terletak di dekat desa Kalisodo. Kec. Wagir, jarak dari Kota Malang \pm 13 km, air terjun ini belum dikelola dan jalannya masih makadam.

3. Gunung Bromo

Dengan keadaan alamnya yang masih hijau alami, serta kawasan Taman Nasional Bromo – Tengger – Semeru mengiringi perjalanan menuju Gunung Bromo dari arah Kabupaten Malang, menelusuri jalan berkelok dari Kecamatan Tumpang terus menuju ke Timur Kecamatan Poncokusumo dan pada batas Desa Ngadas (terletak \pm 12 km dari obyek Wisata ATC Pelangi) menuju ke persimpangan Jemplang, jaraknya \pm 3 km. Pada persimpangan ini panorama sangat indah dari balik punggung Gunung Bromo. Kawasan Taman Nasional Bromo-Tengger-Semeru adalah kawasan hutan lindung yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pecinta alam. Selain penduduk Tengger di Kabupaten Probolinggo dan Pasuruan, penduduk Tengger di wilayah Kabupaten Malang juga ikut dalam upacara *Kasada*. Selain upacara kasada juga ada upacara *Kuro* yang diselenggarakan oleh masyarakat Tengger.

C. Wisata Budaya

Obyek-obyek wisata budaya yang terkenal di Kabupaten Malang diantaranya sebagai berikut :

1. Candi Singosari

Candi Singosari merupakan makam raja Kertanegara (1268-1292). Di Kabupaten Malang banyak terdapat peninggalan-peninggalan masa lampau. Salah satunya candi Singosari yang terletak di Kecamatan Singosari ± 11 km sebelah utara dari pusat Kota Malang. Candi ini disebut juga Candi Kendedes.

2. Stupa Sumberawan

Bentuknya seperti genta maka salah kalau disebut Candi. Menurut Empu Prapanca, stupa ini pernah dikunjungi Raja Hayam Wuruk pada 1359, karena sekitarnya banyak kolam terate terkenal dengan nama *Kasuranggahan* (Taman Bidadari. Tingginya 2,23 m terletak ± 8 km dari Singosari di Desa Toyomarto).

3. Pesarean Gunung Kawi

Merupakan tempat ziarah untuk memperingati wafatnya Mbah Soedjono yang dimakamkan di Gunung Kawi, di Kecamatan Wonosari. Merupakan ziarah keluarga yang berangkat beriringan dari sebuah masjid ke makam, yang diikuti oleh ribuan peziarah lain. Selamatan dan pertunjukan wayang kulit selalu menyertai acara ini dan upacara serupa dilakukan selang 5 minggu bertepatan dengan hari wafatnya Mbah Djoego (pendamping Mbah Soedjono di padepokan Gunung Kawi).

4. Candi Jajaghu/ Jago

Candi ini terletak di Desa Tumpang, Kec. Tumpang merupakan pusara Raja Wisnuwardhana dari kerajaan Singhasari. Sebagai Budha Amogapasya yang mangkat pada tahun 1268. Yang khas dari candi ini adalah relief keliling dengan 5 cerita : *Tantri Kamandaka, Kuntjarakarma, Parthyajna, Arjunawiwaha* dan *Krisnayana*. Gubernur Raffles pada tahun 1815 pernah mengunjungi dan menuliskannya dalam "*History of Java*". Bentuknya tersusun atas 3 teras dengan badan Candi agak kebelakang. Merupakan bentuk khas dari candi ini.

Pemerintah Kabupaten Malang sedang giat-giatnya mengembangkan potensi kepariwisataan yang berada di kawasan Malang Timur. Hal ini dikarenakan peluang investasi di kawasan ini masih sangat luas mengingat bahwa daerah ini merupakan kawasan budidaya dan kawasan lindung yang didukung oleh ketersediaan sumber daya alam dan keterkaitan terhadap pusat pemukiman sehingga kawasan-kawasan tersebut memiliki potensi yang prospektif untuk dikembangkan oleh pihak investor. Berikut adalah alasan diperlukan peran investor dalam pengembangan kawasan wisata Malang Timur :

1. terbatasnya anggaran Pemerintah untuk pengembangan kawasan wisata di Malang Timur;
2. kurangnya pengelola kawasan wisata (dalam hal ini pihak pengelola obyek wisata);
3. perlu adanya keterkaitan antar obyek wisata yang berada pada kawasan wisata tersebut;

4. perlu dikembangkannya sarana dan prasarana penunjang kegiatan wisata khususnya jaringan jalan penghubung Ngadas dengan Gunung Bromo, Gunung Semeru, Probolinggo dan Lumajang;
5. terbatasnya sarana prasarana transportasi di kawasan Malang Timur;
6. perlunya penyerapan usaha bagi tenaga masyarakat sekitar obyek wisata di kawasan wisata tersebut;
7. belum dimanfaatkannya potensi komoditi yang ada di sekitar obyek wisata secara optimal.

4.1.3 Perkembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata di Kabupaten Malang

Tersedianya sarana dan prasarana memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan kepariwisataan. Walaupun terdapat obyek yang menarik, apabila tidak ada sarana dan prasarana yang memadai maka wisatawan tidak akan tertarik mengunjungi daerah tersebut. Sarana-sarana usaha pariwisata yang terdapat di Kabupaten Malang adalah :

4.1.3.1 Sarana Pokok Pariwisata

Sarana pokok pariwisata terdiri dari :

1. Sarana Transportasi

Transportasi merupakan salah satu unsur utama yang menyebabkan semakin berkembangnya kegiatan kepariwisataan. Perkembangan dan kemajuan yang besar di bidang transportasi semakin menjadikan prospek kemajuan luar biasa industri

pariwisata di berbagai kawasan wisata dunia. Keberhasilan suatu daerah wisata tidak mungkin terlepas dari tersedianya sarana transportasi yang memadai.

Sarana transportasi untuk mengunjungi Malang dapat melalui transportasi darat. Angkutan darat utama di Malang adalah kereta api dan bus. Untuk datang ke Malang melalui kereta api dapat dicapai dengan mudah, karena letak Malang berada pada jaringan kereta api. Angkutan darat lainnya yang ada di Malang adalah bus pariwisata. Makin banyaknya bus pariwisata yang tersedia diharapkan akan semakin memudahkan aksesibilitas wisatawan untuk mengunjungi obyek-obyek wisata di Malang sehingga jumlah wisatawan juga akan meningkat.

Adanya sarana angkutan yang memadai, juga harus didukung oleh prasarana jalan yang memadai pula. Kondisi jalan di Kabupaten Malang baik jalan Negara, jalan Propinsi dan jalan Kabupaten berada dalam kondisi yang baik. Sehingga hal ini dapat memberikan kenyamanan khususnya sebagai sarana aksesibilitas wisata di Malang.

Selain sarana angkutan, jalan merupakan salah satu prasarana transportasi yang penting guna memperlancar segala kegiatan dan mempermudah mobilitas penduduk. Oleh karenanya ketersediaan jalan baik kuantitas (panjang jalan) maupun kualitas sangat dibutuhkan sebagai factor penunjang kepariwisataan di Kabupaten Malang. Pembangunan jalan erat kaitannya dengan pengguna jalan, baik manusia maupun kendaraan. Menurut laporan dari Polres Malang jumlah kendaraan dari berbagai jenis terus bertambah sehingga wajar bila Pemerintah Kabupaten Malang terus menambah panjang jalan agar tidak terjadi penumpukan kendaraan/ kemacetan

sebagai akibat tidak seimbangnya pertumbuhan kendaraan dengan panjang jalan. (Pekab Malang, 2003, 148)

2. Akomodasi

Hotel atau penginapan merupakan salah satu akomodasi yang diperlukan di suatu daerah wisata. Menurut Perda Kabupaten Malang Nomor 10 Tahun 2002 definisi Hotel adalah bangunan yang khusus disediakan bagi orang untuk dapat menginap/ istirahat, memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan dipungut bayaran, termasuk bangunan lain yang menyatu, dikelola dan dimiliki oleh pihak yang sama, kecuali untuk pertokoan dan perkantoran. Dalam melakukan perjalanan wisata jarak jauh yang ditempuh selama berjam-jam, disamping menikmati obyek wisata, juga diperlukan suatu kebutuhan akomodasi, tempat menginap atau beristirahat di daerah tujuan wisata yang dikunjungi.

Kondisi alam Kabupaten Malang yang sejuk dan panorama alam yang indah sangat menguntungkan bagi tumbuh dan berkembangnya hotel dan jasa akomodasi. Jumlah Hotel/ Penginapan pada tahun 2000 tidak mengalami peningkatan maupun penurunan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 62 buah. (Pekab Malang, 2003, 145)

3. Rumah Makan/ Restoran

Rumah Makan /Restoran merupakan salah satu sarana yang menyediakan jasa makan dan minum bagi para wisatawan . Rumah Makan/ restoran ada yang dikelola pihak hotel dan ada yang dikelola sendiri. Di Kabupaten Malang selain rumah makan/ restoran juga banyak terdapat kafe ataupun warung tenda yang berada di

daerah Pujon. Warung-warung tenda ini terkenal dan banyak diminati para wisatawan khususnya wisatawan nusantara yang datang dari luar kota seperti Surabaya, Blitar, Pasuruan dan sekitarnya.

4. Agen Perjalanan

Agen/ Biro Perjalanan wisata memegang peranan penting bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Malang khususnya bagi wisatawan mancanegara. Peran dari agen/biro perjalanan selain mempromosikan Kabupaten Malang sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) juga memberikan kepuasan kepada wisatawan dalam memberikan pelayanan di bidang pariwisata secara lebih menyeluruh. Perusahaan ini menyediakan fasilitas dalam menyiapkan perjalanan wisata seperti mengatur perjalanan, menyiapkan tiket, memberi informasi, mendapatkan visa dan lain-lain.

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1. Jumlah Wisatawan Mancanegara

Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke daerah Kabupaten Malang mengalami peningkatan walaupun jumlahnya masih sangat kecil. Pada tahun 1985 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Malang masih sebanyak 7.592 wisatawan. Kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang terus meningkat, di mana pada tahun 1996 mencapai jumlah 17.613 wisatawan. Mulai tahun 1997 kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang mengalami penurunan yang disebabkan oleh kondisi politik dan keamanan di Indonesia yang tidak stabil sehingga berdampak pula bagi arus kunjungan wisatawan

mancanegara ke Kabupaten Malang. Krisis ekonomi yang diikuti oleh krisis sosial dan politik menyebabkan kekhawatiran pasar-pasar wisatawan baik di Eropa dan Asia, maupun Amerika sehingga pemerintah negara-negara tersebut mengeluarkan kebijakan “*Travel Ban*” atau “*Travel Advisory*” yaitu memberikan peringatan dan larangan kepada warganegaranya untuk melakukan kunjungan ke Indonesia. Adanya kebijakan tersebut tentu berdampak pula bagi arus kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang. Berikut tabel 4.1 mengenai perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara di Kabupaten Malang dari tahun 1985-2005.

TABEL 4.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA
KE KABUPATEN MALANG TAHUN 1985-2005

Tahun	Jumlah
1985	7.592
1986	8.055
1987	8.965
1988	9.683
1989	10.625
1990	10.986
1991	11.388
1992	14.922
1993	15.396
1994	18.255
1995	18.876
1996	17.613
1997	15.840
1998	14.265
1999	12.250
2000	15.410
2001	17.875
2002	15.889
2003	17.160
2004	19.219
2005	23.447
	258.791

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, 2006

4.2.2. Jumlah Wisatawan Nusantara

Wisatawan nusantara yang mengunjungi Kabupaten Malang menunjukkan kecenderungan meningkat secara konsisten. Prosentase peningkatan yang demikian ini disebabkan selain karena daya tarik Malang sebagai kota budaya, kota pendidikan dan kota seni, juga karena meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat di Indonesia yang mendorong mereka melakukan perjalanan wisata. Kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Malang juga disebabkan oleh *event-event* atau kegiatan kepariwisataan yang mulai banyak digelar di Malang. Kejuaraan Motorkros Internasional, dan masih banyak lagi. Selain itu, masa liburan Natal, Tahun Baru, dan masa liburan pendidikan juga turut menambah jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Malang. Hingga tahun 1995, jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang mencapai 1.883.050 wisatawan. Namun, pada tahun 1996 jumlah wisatawan nusantara mengalami penurunan sebagai akibat krisis ekonomi yang terjadi di tanah air. Berikut Tabel 4.2 mengenai perkembangan kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Malang dari tahun 1985-2005.

TABEL 4.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
KE KABUPATEN MALANG TAHUN 1985-2005

Tahun	Jumlah
1985	640.897
1986	753.997
1987	887.055
1988	900.564
1989	947.962
1990	1.115.249
1991	1.358.014
1992	1.650.260
1993	1.515.412
1994	1.818.343
1995	1.883.050
1996	1.215.345
1997	947.894
1998	763.565
1999	1.099.760
2000	1.291.523
2001	2.642.716
2002	2.423.937
2003	2.642.091
2004	2.747.775
2005	3.462.197
	28.577.131

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, 2006

4.2.3. Jumlah Tamu Hotel/Penginapan

Jumlah tamu hotel bintang dan non bintang di Kabupaten Malang selama beberapa tahun terakhir yaitu selama kondisi krisis ekonomi menunjukkan fluktuasi yang cenderung makin turun, khususnya untuk tingkat hunian kamar hotel berbintang. Hal ini akan berpengaruh pada penerimaan pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang, karena dengan tingkat hunian yang cenderung makin turun, disisi lain lama tinggal wisatawan juga berfluktuasi dengan prosentase yang relatif rendah

dan dapat dikatakan relatif stagnan maka pendapatan pariwisata juga akan tetap atau bahkan menurun. Oleh karena itu penurunan tingkat hunian tersebut khususnya dari Pemerintah Kabupaten Malang untuk mengantisipasi perkembangan kepariwisataannya. Berikut Tabel 4.3. mengenai jumlah tamu hotel/penginapan di Kabupaten Malang

TABEL 4.3
JUMLAH TAMU HOTEL/PENGINAPAN DI KABUPATEN MALANG
TAHUN 1985-2005

Tahun	Jumlah
1985	53.160
1986	69.600
1987	81.882
1988	90.980
1989	101.089
1990	118.928
1991	120.233
1992	115.501
1993	113.062
1994	145.634
1995	150.372
1996	148.525
1997	133.575
1998	120.290
1999	148.973
2000	53.220
2001	138.926
2002	109.240
2003	126.028
2004	133.450
2005	151.273
	2.027.230

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Malang,2006

4.2.4. Perkembangan Pendapatan Sektor Pariwisata di Kabupaten Malang

Dalam perkembangan lebih lanjut, kemajuan sektor pariwisata di Kabupaten Malang secara nyata juga telah menumbuhkan kegiatan-kegiatan ikutan dalam usaha jasa pariwisata maupun usaha baru di bidang usaha kerajinan. Kesemua peran dan posisi strategis sektor pariwisata akan benar-benar berarti dalam memberikan dorongan bagi peningkatan pendapatan daerah, terutama yang berasal dari sektor ini. Perkembangan pendapatan yang berasal dari sektor pariwisata di Kabupaten Malang dari tahun 1985 hingga 1996 menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat. Namun, pada tahun 1997 pendapatan yang berasal dari sektor pariwisata di Kabupaten Malang mengalami penurunan sebagai akibat isu keamanan di Indonesia yang tidak dapat dijamin berdasarkan pada pemberitaan peristiwa kerusuhan yang terjadi pada saat proses penurunan pemerintahan lama dan setelah peristiwa tersebut, yang kemudian kerusuhan tersebut diberitakan disinyalir karena faktor SARA. Perkembangan kepariwisataan di Indonesia secara keseluruhan mengalami penurunan yang sangat drastis, terutama arus kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Demikian pula yang terjadi di Kabupaten Malang, jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang juga mengalami penurunan. Hal ini tentu saja berpengaruh bagi penerimaan sektor pariwisata di Daerah Malang. Setelah pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang sempat mengalami penurunan sebagai akibat krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia, pendapatan sektor pariwisata mulai menunjukkan peningkatannya kembali pada

tahun 1999. berikut tabel 4.4 yang memperlihatkan perkembangan pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang dari tahun 1985-2005

TABEL 4.4
PENDAPATAN SEKTOR PARIWISATA DI KABUPATEN MALANG
TAHUN 1985-2005

Tahun	Jumlah
1985	1.160.000.000
1986	1.350.000.000
1987	1.370.000.000
1988	1.282.399.000
1989	1.424.887.000
1990	1.628.443.000
1991	1.687.505.000
1992	1.748.710.000
1993	1.812.135.000
1994	2.160.000.000
1995	2.370.000.000
1996	2.016.548.000
1997	1.810.000.000
1998	1.501.755.000
1999	1.600.000.000
2000	1.350.000.000
2001	2.260.299.000
2002	2.230.000.000
2003	2.070.000.000
2004	2.260.000.000
2005	2.650.000.000
	37.742.681.000

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, 2006

4.2.5. Pengujian Adanya Pelanggaran Asumsi-Asumsi Klasik

a. Pengujian adanya Multikolinieritas

Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dengan cara melihat/ mengamati besarnya VIF, regresi bebas multikolinieritas apabila VIF berdasarkan hasil

perhitungan menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari semua variabel bebas yaitu meliputi: Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan (X_3) memperlihatkan nilai yang lebih kecil dari 10. Ini berarti persoalan multikolinieritas di antara semua variabel bebas dapat ditolerir atau tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas. Adapun hasil perhitungan dengan komputer adalah sebagai berikut:

TABEL 4.5
Nilai VIF Persamaan Regresi

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Wisatawan Mancanegara (X_1)	0,225	4,437	Non kolinier
Wisatawan Nusantara (X_2)	0,326	3,063	Non kolinier
Jumlah Tamu Hotel (X_3)	0,494	2,022	Non kolinier

Sumber : Pengolahan data SPSS 12.0 for Windows

Berdasarkan nilai VIF dapat disimpulkan bahwa regresi tidak terdapat gejala multikolinieritas.

b. Pengujian adanya Autokorelasi

Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan metode Uji Durbin-Watson. Adapun pengujiannya adalah sebagai berikut:

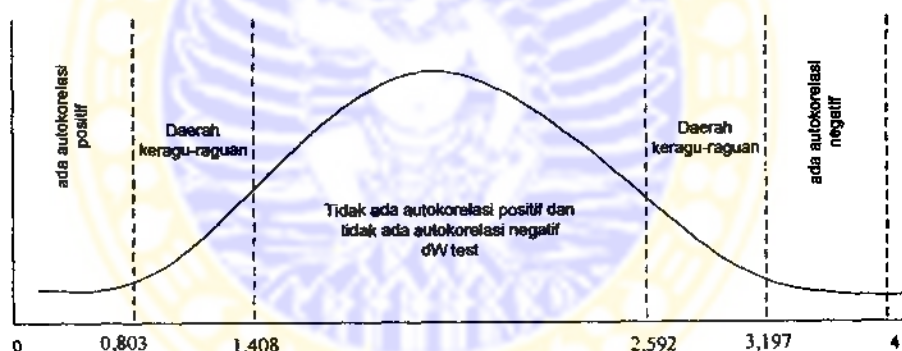
- 1). Banyaknya sampel (N) = 21
- 2). Banyaknya variabel bebas (k) = 3
- 3). Taraf atau tingkat signifikansi yang digunakan (α) = 0.01

Selanjutnya dilihat pada tabel Durbin Watson diperoleh $DL = 0,803$ dan $DU = 1,408$ serta $4 - DL = 3,197$ dan $4 - DU = 2,592$. pun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

TABEL 4.6

Batas-batas Daerah Test Durbin Watson

Daerah	Keterangan
$DW < 0,803$	Autokorelasi positif
$0,803 \leq DW < 1,408$	Tanpa kesimpulan/inconclusive
$1,408 \leq DW < 2,592$	Non autokorelasi
$2,592 \leq DW < 3,197$	Tanpa kesimpulan/inconclusive
$DW \geq 3,197$	Autokorelasi negative



Sedangkan nilai Durbin Watson dari perhitungan $DW = 1,414$ dan nilai ini terletak pada daerah $1,408 \leq DW < 2,592$ sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi bebas dari autokorelasi.

c. Pengujian adanya Heteroskedastisitas

Apabila terjadi heterokedastisitas berarti ada hubungan antara variabel pengganggu dengan variabel bebasnya. Sehingga dengan demikian variabel

terikat/tergantung tidak benar-benar hanya dijelaskan oleh variabel bebas yang dipakai, tetapi juga oleh variabel pengganggunya. Setelah dilakukan uji *Rank Spearman's Correlations* dari indikator Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara dan Jumlah Tamu Hotel/Penginapan meliputi Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel/Penginapan (X_3) dapat disimpulkan bahwa hubungan antara setiap dimensi tersebut dengan nilai *residual* dinyatakan tidak signifikan, dan hal ini berarti bahwa tidak terjadi heterokedastisitas untuk Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara dan Jumlah Tamu Hotel/Penginapan. Selengkapnya hasil uji *Rank Spearman's Correlations* tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut ini:

TABEL 4.7
Hasil Uji *Rank Spearman's Correlations*

Variabel	Koefisien Korelasi	Sign
Wisatawan Mancanegara (X_1)	0,032	0,889
Wisatawan Nusantara (X_2)	-0,077	0,741
Jumlah Tamu Hotel (X_3)	0,001	0,996

Sumber : Pengolahan data SPSS 12.0 for Windows

4.2.6. Analisis dan Pengujian Hipotesis

a. Analisis persamaan regresi linier berganda

Persamaan Regresi berganda: $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$ Dari hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

TABEL 4.8
Hasil Regresi berganda

Variabel	Koefisien regresi	r _{parsial}	r ² parsial
Wisatawan Mancanegara (X ₁)	27698,164	0,467	0,218
Wisatawan Nusantara (X ₂)	252,914	0,739	0,546
Jumlah Tamu Hotel (X ₃)	4499,885	0,679	0,461
Konstanta/constant	= 483369879,676		
Koefisien Determinasi (R ²)	= 0,926		
Koefisien Korelasi (R)	= 0,968		
F _{hitung}	= 84,163		
F _{tabel}	= 3,1968		
t _{tabel}	= 2,1098		

Sumber: Pengolahan Data SPSS 12.0 for Windows

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.8, maka dapat dibuat model persamaan regresi linier berganda dari pengaruh peranan Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara dan Jumlah Tamu Hotel terhadap Pendapatan Pariwisata Kabupaten Malang adalah sebagai berikut:

$$Y = 483369879,676 + 27698,164X_1 + 252,914X_2 + 4499,885X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan Pariwisata

X₁ = Wisatawan Mancanegara

X₂ = Wisatawan Nusantara

X₃ = Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan

Beberapa hal yang dapat diketahui dari persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

1. Konstanta Intersep sebesar 483369879,676 merupakan perpotongan antara garis regresi dengan sumbu Y, yang menunjukkan tingkat Pendapatan Pariwisata pada saat jumlah Wisatawan Mancanegara, jumlah Wisatawan Nusantara dan jumlah Tamu Hotel sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi (X_1) adalah sebesar 27698,164 artinya jika X_1 berubah satu satuan, maka Y akan berubah sebesar 27698,164 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan berbanding lurus antara X dan Y, artinya apabila kabupaten Malang mendapatkan kenaikan kunjungan satu orang Wisatawan Mancanegara saja, maka Pendapatan Pariwisata Malang akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 27.698,164.
3. Koefisien Regresi (X_2) adalah sebesar 252,914 artinya jika X_2 berubah satu satuan, maka Y akan berubah sebesar 252,914 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan searah antara X dan Y, artinya apabila apabila Kabupaten Malang mendapatkan kenaikan kunjungan satu orang Wisatawan Nusantara maka Pendapatan Pariwisata Malang akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 252,914.
4. Koefisien Regresi (X_3) adalah sebesar 4499,885 artinya jika X_3 berubah satu satuan, maka Y akan berubah sebesar Rp. 4499,885 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan searah antara X dan Y, artinya apabila apabila Kabupaten Malang mendapatkan kenaikan kunjungan satu orang Jumlah Tamu Hotel maka Pendapatan Pariwisata Kabupaten Malang akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 4499,885.

5. Nilai koefisien korelasi berganda (R) atau *Multiple R* dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah 0,943. Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,968 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat (erat) antara variabel Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara dan Jumlah Tamu Hotel dengan Pendapatan Pariwisata (Y).
 6. Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebesar 0,926. Nilai koefisien determinasi berganda (R) sebesar 0,926 menunjukkan 92,6%, Perubahan Pendapatan Pariwisata (Y) dipengaruhi oleh variabel Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara dan Jumlah Tamu Hotel dan selebihnya sebesar 7,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
- b. Pengujian Hipotesis
- 1) Uji F (Uji Pengaruh secara Simultan)
 - a). Hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan yang signifikan antara Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2), Jumlah Tamu Hotel (X_3) terhadap Pendapatan Pariwisata

H_1 : Ada pengaruh secara simultan yang signifikan antara Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel (X_3) terhadap Pendapatan Pariwisata
 - b). Taraf signifikansi 5% (0,05)

c). Derajat kebebasan pembilang (numerator) $k = 3$ dan derajat kebebasan penyebut (denominator) $= n - k - 1 = 21 - 3 - 1 = 17$

d). Nilai kritis

$$F_{\text{tabel}} = F_{(\alpha, k; n-k-1)}$$

$$= F_{(0,05; 3; 17)} = 3,1968$$

e). Kriteria penerimaan hipotesis

H_0 diterima apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}} = 3,1968$, maka H_1 ditolak

H_0 ditolak apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} = 3,1968$, maka H_1 diterima

f). Nilai uji statistik dihitung dengan bantuan SPSS 10.05

TABEL 4.9
Hasil Pengujian ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3,27E+18	3	1,09E+18	84,163	0,000
Residual	2,2E+17	17	1,29E+16		
Total	3,49E+18	20			

Sumber: Pengolahan Data SPSS 12.0 for Windows

Hasil pengujian pengaruh dari variabel bebas (Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel (X_3) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (Pendapatan Pariwisata) dengan menggunakan uji ANOVA menunjukkan bahwa dengan nilai F sebesar 84,163 dan angka signifikansi hitungannya yang sebesar 0,000 memberikan informasi bahwa variabel bebas (Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2))

dan Jumlah Tamu Hotel (X_3) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Pariwisata.

2) Uji t (Uji Pengaruh secara Parsial)

a). Hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel (X_3) terhadap Pendapatan Pariwisata

H_1 : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel (X_3) terhadap Pendapatan Pariwisata

b). Taraf signifikansi 5% (0.05)

c). Nilai kritis

$$\begin{aligned} t_{\text{tabel}} &= t_{(0,05/2, 21-4)} \\ &= t_{(0,025, 17)} = 2,1098 \end{aligned}$$

d). Kriteria penerimaan hipotesis

H_0 diterima apabila $-2,1098 < t_{\text{hitung}} < 2,1098$, maka H_1 ditolak

H_0 ditolak apabila $-2,1098 < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > 2,1098$, maka H_1 diterima

e). Nilai uji statistik dihitung dengan bantuan SPSS 12.0

TABEL 4.10
Hasil Pengujian t

Variabel	Koefisien Regresi	Standard Error	t_{hitung}	Sig.
Wisatawan Mancanegara (X1)	27698,164	12726,114	2,176	0,044
Wisatawan Nusantara (X2)	252,914	55,850	4,528	0,000
Jumlah Tamu Hotel (X3)	4499,885	1178,632	3,818	0,001

Sumber: Pengolahan Data SPSS 12.0 for Windows

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diidentifikasi taraf pengaruh dari beberapa variabel bebas secara parsial terhadap Pendapatan Pariwisata.

1). Wisatawan Mancanegara (X_1)

Wisatawan Mancanegara (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Pariwisata (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung yang terletak di luar interval $\pm t$ tabel ($\pm 2,1098$) atau jika diperhatikan nilai signifikansi dari Wisatawan Mancanegara (X_1) yang sebesar 0,044 juga menunjukkan besaran di bawah 5%.

2). Wisatawan Nusantara (X_2)

Wisatawan Nusantara (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Pariwisata (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung yang terletak di luar interval $\pm t$ tabel ($\pm 2,1098$) atau jika diperhatikan nilai signifikansi dari Wisatawan Nusantara (X_2) yang sebesar 0,000 juga menunjukkan besaran di bawah 5%.

3). Jumlah Tamu Hotel (X_3)

Jumlah Tamu Hotel (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Pariwisata (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung yang terletak di luar interval $\pm t$ tabel ($\pm 2,1098$) atau jika diperhatikan nilai signifikansi dari Jumlah Tamu Hotel (X_3) yang sebesar 0.001 juga menunjukkan besaran di bawah 5%.

4.3. Pembahasan

Pada analisis model pembuktian hipotesis , khususnya berdasarkan nilai r^2 parsial (lihat Tabel 4.8) telah dijelaskan bahwa secara parsial yang dominan dalam mempengaruhi pendapatan sektor pariwisata di Malang adalah Jumlah Wisatawan Nusantara karena variabel Jumlah Wisatawan Nusantara mempunyai nilai r^2 parsial terbesar diantara variabel terikat lainnya. Sedangkan variabel wisatawan mancanegara, jumlah tamu hotel/penginapan juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang. Wisatawan mancanegara memang masih sangat kurang dalam memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang. Hal ini disebabkan masih kecilnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang. Rendahnya arus kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah bahwa Malang belum memiliki bandara internasional sebagai pintu masuk utama wisatawan mancanegara. Kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang dipengaruhi oleh daerah

Yogyakarta, Surabaya dan Bali yang merupakan pintu masuk wisatawan mancanegara ke Indonesia, di samping pintu masuk lainnya. Oleh karena itu promosi pariwisata di Jakarta, Yogyakarta, Surabaya dan Bali perlu ditingkatkan baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya sehingga dapat lebih banyak menjaring wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah dengan mengoptimalkan angkutan darat yaitu melalui kerjasama dan koordinasi dengan pihak-pihak swasta seperti Biro Perjalanan, pramuwisata serta agen-agen wisata. Selain itu untuk mendorong kembali peran riil sektor pariwisata, Pemerintah Daerah Kabupaten Malang harus gencar melakukan promosi wisata ke negara-negara yang menjadi pasar wisata potensial untuk menjaring lebih banyak wisatawan mancanegara. Promosi wisata yang akhir-akhir ini sedang dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Malang adalah promosi dengan menggunakan internet sehingga diharapkan informasi dapat dengan mudah diperoleh semua masyarakat dunia setiap saat yaitu untuk menyampaikan kondisi keamanan dan suasana yang menunjang pariwisata di Malang. Promosi wisata, dengan mengirimkan brosur dan *leaflet* kepada konsulat jendral yang ada di luar negeri, mengirim misi-misi budaya ke luar negeri, ikut berpartisipasi dalam pasar wisata, juga masih terus diakukan Pemerintah Kabupaten Malang maupun organisasi-organisasi pariwisata lain di Malang. Dengan lebih memperbaiki prasarana penunjang kunjungan wisata ke daerah Kabupaten Malang sehingga arus kunjungan wisatawan mancanegara akan lebih banyak lagi. Hal ini tentu saja akan memperbesar pendapatan pariwisata Kabupaten Malang.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Wisatawan Mancanegara

- Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke daerah Kabupaten Malang mulai tahun 1985 hingga tahun 1996 memiliki kecenderungan meningkat. Hal ini dikarenakan kekayaan alam dan potensi yang dimiliki oleh daerah dan juga promosi wisata yang gencar dilakukan oleh Pemerintah Indonesia pada umumnya dan Pemerintah Kabupaten Malang pada khususnya, misalnya “Program *Visit Indonesian Year*” Tahun 1991. Program ini terbukti efektif karena hingga tahun 1996 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Malang terus mengalami peningkatan hingga tahun 1995. Namun setelah tahun 1996 dengan adanya berbagai peristiwa seperti krisis ekonomi, peledakan WTC dan juga Bom Bali membawa dampak terhadap penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Malang. Selain itu yang paling mempengaruhi penurunan jumlah wisatawan mancanegara ini karena adanya “*Travel Ban*” atau “*Travel Advisory*” yang dikeluarkan pemerintah negara lain karena faktor ketidakamanan situasi di Indonesia Hal menggembirakan adalah

mulai tahun 2003 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Malang mengalami peningkatan yang berarti bahwa situasi di Indonesia mulai kondusif dan wisatawan mancanegara mulai tertarik kembali berkunjung ke Indonesia khususnya di Kabupaten Malang.

- Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil bahwa jumlah wisatawan mancanegara secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap Pendapatan Pariwisata Kabupaten Malang yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} untuk Wisatawan Mancanegara (X_1) sebesar 2,176 yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} sebesar 2,1098
- Berdasarkan persamaan regresi (X_1) sebesar 27698,164 yang artinya jika X_1 atau variabel Jumlah Wisatawan Mancanegara berubah satu satuan maka Y yaitu Pendapatan sektor Pariwisata akan berubah sebesar Rp 27.698,164.
- Karena hubungan jumlah wisatawan nusantara dengan pendapatan sektor pariwisata positif maka hal ini berarti bahwa jika jumlah wisatawan mancanegara mengalami kenaikan maka pendapatan sektor pariwisata juga akan naik dan sebaliknya jika jumlah wisatawan nusantara turun maka pendapatan sektor pariwisata juga turun. Sehingga diperlukan usaha-usaha dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Malang misalnya menciptakan citra Kabupaten Malang sebagai kota dengan situasi yang kondusif dan aman untuk dikunjungi, selain itu juga dapat melalui promosi pariwisata misalnya mengirim brosur atau leaflet mengenai obyek-obyek wisata ke Konjen-konjen Luar Negeri yang ada di Kabupaten Malang.

2. Wisatawan Nusantara

- Jumlah wisatawan domestik/ nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang menunjukkan kecenderungan meningkat secara konsisten. Hal ini dikarenakan keindahan dan suasana alam yang sejuk yang berbeda dengan kota sekitarnya yang rata-rata panas seperti Surabaya, Pasuruan, Blitar, Kediri dan lain-lain. Selain itu Malang juga terkenal sebagai kota budaya dan kota seni yang sering mengadakan acara-acara adat maupun festival seni yang menarik wisatawan. Yang mempengaruhi penurunan jumlah wisatawan nusantara di Kabupaten Malang adalah pada tahun 1997-1998 adalah krisis multidimensi seperti ekonomi, keamanan, politik, dan isu SARA yang berkembang pada saat itu.
- Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil bahwa jumlah wisatawan nusantara secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap Pendapatan Pariwisata Kabupaten Malang yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} untuk Wisatawan Nusantara (X_2) sebesar 4,528 yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} sebesar 2,1098.
- Berdasarkan persamaan regresi (X_2) sebesar 252,914 yang artinya jika X_2 atau variabel Jumlah Wisatawan Nusantara berubah satu satuan maka Y yaitu Pendapatan sektor Pariwisata akan berubah sebesar Rp 252,914

- Diketahui juga bahwa jumlah wisatawan nusantara mempunyai nilai r^2 parsial yang paling besar yang berarti variabel bebas ini memiliki pengaruh yang paling signifikan atau berpengaruh dominan terhadap variabel terikat yaitu pendapatan pariwisata dibanding dua variabel bebas lainnya yaitu jumlah wisatawan mancanegara dan jumlah tamu hotel/ penginapan.
- Variabel jumlah wisatawan nusantara merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap pendapatan pariwisata di Kabupaten Malang. Implikasinya adalah jika jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Malang turun maka pendapatan sektor pariwisata juga akan turun dan sebaliknya. Sehingga perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan jumlah wisatawan domestik/ nusantara untuk berkunjung ke Kabupaten Malang. Usaha-usaha tersebut meliputi pengadaaan pagelaran atau festival seni, pameran-pameran seni dan budaya.

3. Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan

- Jumlah tamu di hotel berbintang maupun non bintang di Kabupaten Malang cenderung meningkat. Hal ini hampir sejalan dengan perkembangan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung di Kabupaten Malang. Seperti juga dua variabel bebas lainnya, penurunan tajam dialami pada tahun 1997-1998 saat krisis ekonomi dimulai.

- Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil bahwa jumlah tamu hotel/ penginapan secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap Pendapatan Pariwisata Kabupaten Malang yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} untuk untuk Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan (X_3) sebesar 3,818 yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} sebesar 2,1098.
 - Berdasarkan persamaan regresi (X_3) sebesar 27698,164 yang artinya jika X_3 atau variabel Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan berubah satu satuan maka Y yaitu Pendapatan sektor Pariwisata akan berubah sebesar Rp 4.499,885
 - Hubungan jumlah tamu hotel/ penginapan terhadap pendapatan sektor pariwisata adalah positif yang berarti jika jumlah tamu hotel/ penginapan mengalami penurunan maka pendapatan sektor pariwisata juga akan turun dan begitu pula sebaliknya. Dengan demikian untuk meningkatkan pendapatan sektor pariwisata salah satu usaha yang bisa dilakukan adalah menarik sebanyak mungkin wisatawan untuk menginap di hotel/penginapan yang tersebar di Kabupaten Malang. Untuk menarik tamu hotel/ penginapan dapat melakukan penurunan tarif kamar atau menambah fasilitas hotel agar para tamu nyaman dan betah menginap. Dengan demikian lama tinggal tamu hotel/ penginapan juga akan bertambah.
4. Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel/Penginapan (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Pendapatan Pariwisata Kabupaten Malang dengan menggunakan uji ANAVA

menunjukkan bahwa dengan nilai F sebesar 84,163 dan angka signifikansi hitungnya yang sebesar 0,000 memberikan informasi bahwa variabel bebas (Wisatawan Mancanegara (X_1), Wisatawan Nusantara (X_2) dan Jumlah Tamu Hotel/Penginapan (X_3) secara simultan (bersama-sama) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Pariwisata

5. bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Malang adalah Jumlah Wisatawan Nusantara dengan nilai r^2 parsial terbesar diantara variabel bebas lainnya sebesar 0,546.

5.2. Saran

Adapun saran yang direkomendasikan kepada pihak Pemerintah Daerah Kabupaten Malang terkait dengan hasil penelitian, adalah sebagai berikut:

1. Pihak Pemerintah Daerah Kabupaten Malang diharapkan dapat meningkatkan kedatangan wisatawan asing dengan mengupayakan membangun infrastruktur yang bersandar Internasional sehingga mampu menarik wisatawan asing untuk datang ke kabupaten malang
2. Promosi yang dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Malang di tempat wisata tujuan utama wisatawan asing/mancanegara di Indonesia (misalnya, Bali) harus dilakukan dengan efektif dengan intensitas yang tinggi sehingga wisatawan asing yang datang ke Bali.misalnya menyempatkan mampir ke tempat wisata di daerah Kabupaten Malang

3. Untuk mendorong wisatawan domestik datang ke Kabupaten Malang, dilakukan dengan mengembangkan fasilitas-fasilitas rekreasi keluarga yang lengkap dan menjanjikan kenyamanan yang sangat baik sehingga dapat dijadikan acuan atau rujukan utama bagi wisatawan domestik untuk menghabiskan waktu libur bersama keluarga.
4. Salah satu faktor penghambat perkembangan pariwisata di Kabupaten Malang adalah kurang layaknya prasarana transportasi yaitu jalan yang belum baik/diaspal. Misalnya jalan menuju tempat wisata Pantai Balekambang dan Pantai Ngliyep sebagian besar belum diaspal. Jikalau diaspal juga sudah banyak yang rusak sehingga sangat mengganggu perjalanan. Hal ini hendaknya segera ditindaklanjuti oleh Pemerintah Daerah khususnya Dinas Perhubungan untuk memperbaiki jalan-jalan yang menuju tempat-tempat wisata.
5. Terkait dengan situasi dan kondisi keamanan, Pemerintah Kabupaten Malang diharapkan mampu menciptakan situasi yang kondusif sehingga para wisatawan terutama wisatawan asing/ mancanegara terjamin keamanannya dan dapat tinggal serta menikmati kunjungannya tanpa rasa khawatir.
6. Hendaknya Pemerintah Daerah mengembalikan kontribusi Pajak Hotel dan Restoran sebesar 5% kepada para pengusaha hotel dan restoran sebagai dana promosi pariwisata. Hal ini baik untuk diterapkan karena mengurangi beban Pemerintah Daerah dalam mempromosikan pariwisata karena telah diambil alih oleh pihak pengusaha hotel dan restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilas, Richard A., 1990, Teori Mikroekonomi, Edisi Ketiga, Terjemahan, Erlangga, Jakarta
- BPS, 2001, Statistik Pariwisata Jawa Timur, BPS, Surabaya
- , 2003, Petunjuk Hotel Berbintang dan Melati Jawa Timur, BPS, Surabaya
- Dinas Pariwisata Daerah (DIPARDA) Jawa Timur, Berbagai Terbitan, Statistik Kunjungan Tamu Asing (*Foreign Visitors Statistics*), DIPARDA Jawa Timur, Surabaya
- Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, Berbagai terbitan, Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kabupaten Malang, Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, Kabupaten Malang
- , Berbagai Terbitan, Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kabupaten Malang, Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, Kabupaten Malang
- , Berbagai Terbitan, Jumlah Tamu Hotel/ Penginapan di Kabupaten Malang, Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, Kabupaten Malang
- Dinas Propinsi Jawa Timur, 2000, Daerah Tujuan Wisata Jawa Timur, Dinas Propinsi Jawa Timur, Surabaya
- Ghozali, 2002, Statistik Parametrik, UNDIP Press, Semarang
- Gujarati, Damodar, 1998, Ekonomitrika Dasar, Erlangga, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad, 2000, Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan, Edisi Kedua, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- www.mediaindonesia.com, 2006, Pariwisata Malang, Internet

- Pemerintah Kabupaten Malang, 2003, *Company Profile And Business Potency of Region Malang*, Pemerintah Kabupaten Malang, Kabupaten Malang
- Santoso, Singgih, 2002, *Statistik Parametrik*, Elex Mediakomputindo, Jakarta
- Sekretariat Negara Republik Indonesia, 1991, *Undang-Undang Negara republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990*, Sekretariat Negara Republik Indonesia, Jakarta
- Sihite, Richard, 1997, *Hotel Management (Pengelolaan Hotel)*, Terjemahan, SIC, Jakarta
- Spilane, James J, 1991, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, Kanisius, Yogyakarta
- Arif, Sritua, 1993, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, UI Press, Jakarta
- Sudarman, Ari, 1984, *Teori Ekonomi Mikro, Buku I, Edisi Revisi*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta
- Sudarsono, 1990, *Pengantar Ekonomi Mikro*, LP3ES, Jakarta
- Rosyidi, Suherman, 1995, *Pengantar Teori Ekonomi : Pendekatan kepada Teori Mikro dan Makro*, Edisi Kelima, Duta Jasa, Surabaya
- Yoeti, Oka A, 1985, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung
- , 1996, *Anatomi Pariwisata*, Angkasa, Bandung
- , 1997, *Perencanaan dan Pengembangan*, Cetakan Pertama, PT. Pradnya Paramita, Jakarta

	X_1	X_2	X_3	Y	RES_1
1	7592,00	640897,0	53160,00	1160000000,0	65039769,90
2	8055,00	753997,0	69600,00	1350000000,0	139632808,0
3	8965,00	887055,0	81882,00	1370000000,0	45507623,42
4	9683,00	900564,0	90980,00	1282399000,0	-106337228
5	10625,00	947962,0	101089,0	1424887000,0	-47417865,2
6	10986,00	1115249	118928,0	1628443000,0	23556379,40
7	11388,00	1358014	120233,0	1687505000,0	4212626,104
8	14922,00	1650260	115501,0	1748710000,0	-85087425,9
9	15396,00	1515412	113062,0	1812135000,0	10288851,62
10	18255,00	1818343	145634,0	2160000000,0	55778973,55
11	18876,00	1883050	150372,0	2370000000,0	210892634,1
12	17613,00	1215345	148525,0	2016548000,0	69606849,96
13	15840,00	947894,0	133575,0	1810000000,0	47083154,84
14	14265,00	763565,0	120290,0	1501755000,0	-111136828
15	12250,00	1099760	148973,0	1600000000,0	-171178745
16	15410,00	1291523	53220,00	1350000000,0	-126327093
17	17875,00	2642716	138926,0	2260299000,0	-11707224,4
18	15889,00	2423937	109240,0	2230000000,0	201918244,6
19	17160,00	2642091	126028,0	2070000000,0	-124004453
20	19219,00	2747775	133450,0	2260000000,0	-51162112,6
21	23447,00	3462197	151273,0	2650000000,0	-39158939,7



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Jumlah Tamu Hotel (X3), Wisatawan Nusantara (X2), Wisatawan Mancanegara (X1)		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pendapatan Pariwisata (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,968 ^a	,937	,926	113751542,3	1,414

a. Predictors: (Constant), Jumlah Tamu Hotel (X3), Wisatawan Nusantara (X2), Wisatawan Mancanegara (X1)

b. Dependent Variable: Pendapatan Pariwisata (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,27E+18	3	1,0890E+18	84,163	,000 ^a
	Residual	2,20E+17	17	1,2939E+16		
	Total	3,49E+18	20			

a. Predictors: (Constant), Jumlah Tamu Hotel (X3), Wisatawan Nusantara (X2), Wisatawan Mancanegara (X1)

b. Dependent Variable: Pendapatan Pariwisata (Y)

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,8E+08	1,1E+08		4,499	,000
	Wisatawan Mancanegara (X1)	27698,2	12726,1	,279	2,176	,044
	Wisatawan Nusantara (X2)	252,914	55,850	,483	4,528	,000
	Jumlah Tamu Hotel (X3)	4499,885	1178,632	,331	3,818	,001

a. Dependent Variable: Pendapatan Pariwisata (Y)

Coefficients^a

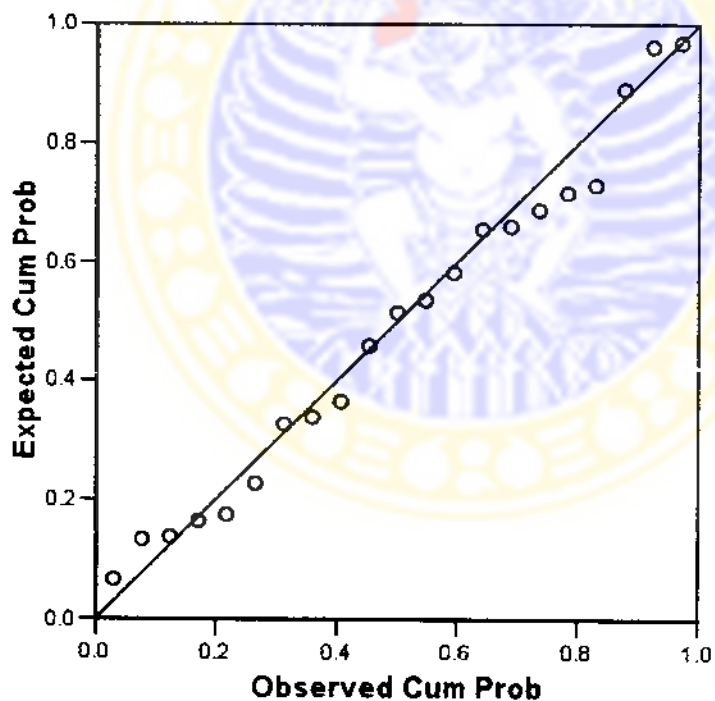
		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	Wisatawan Mancanegara (X1)	,907	,467	,133	,225	4,437
	Wisatawan Nusantara (X2)	,883	,739	,276	,326	3,063
	Jumlah Tamu Hotel (X3)	,778	,679	,233	,494	2,022

a. Dependent Variable: Pendapatan Pariwisata (Y)

Charts

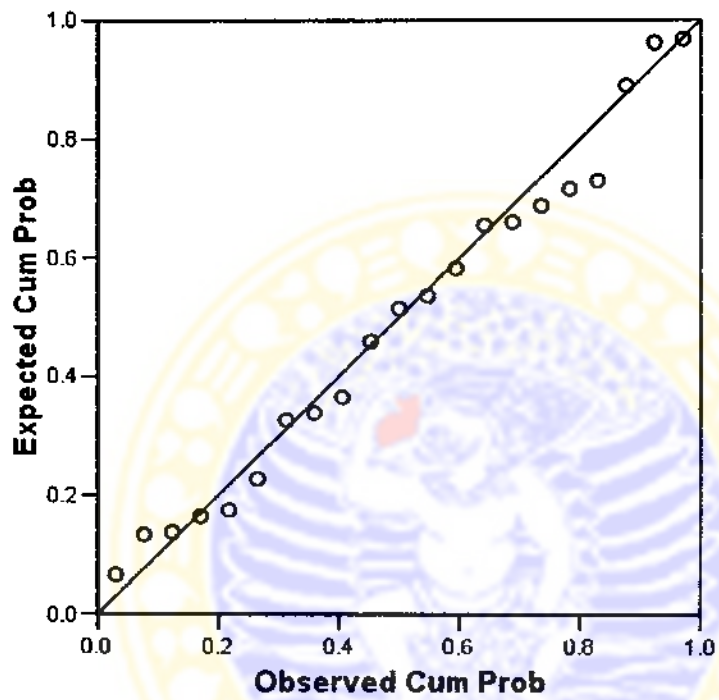
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Pendapatan Pariwisata (Y)



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Pendapatan Pariwisata (Y)



Nonparametric Correlations

Correlations

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	Wisatawan Mancanegara (X1)	Correlation Coefficient	,032
		Sig. (2-tailed)	,889
		N	21
	Wisatawan Nusantara (X2)	Correlation Coefficient	-,077
		Sig. (2-tailed)	,741
		N	21
	Jumlah Tamu Hotel (X3)	Correlation Coefficient	,001
		Sig. (2-tailed)	,996
		N	21
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	21



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	TABEL F (ONE TAILED, 5%)									
2	0,050									
3	df1									
4	df2	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5	1	161,4462	199,4995	215,7067	224,5833	230,1604	233,9875	236,7669	238,8842	240,5432
6	2	18,5128	19,0000	19,1642	19,2467	19,2963	19,3295	19,3531	19,3709	19,3847
7	3	10,1280	9,5521	9,2766	9,1172	9,0134	8,9407	8,8867	8,8452	8,8123
8	4	7,7086	6,9443	6,5914	6,3882	6,2581	6,1631	6,0942	6,0410	5,9988
9	5	6,6079	5,7861	5,4094	5,1922	5,0503	4,9503	4,8759	4,8183	4,7725
10	6	5,9874	5,1432	4,7571	4,5337	4,3874	4,2839	4,2067	4,1468	4,0990
11	7	5,5915	4,7374	4,3468	4,1203	3,9715	3,8660	3,7871	3,7257	3,6767
12	8	5,3176	4,4590	4,0662	3,8379	3,6875	3,5806	3,5005	3,4381	3,3881
13	9	5,1174	4,2565	3,8625	3,6331	3,4817	3,3738	3,2927	3,2296	3,1789
14	10	4,9646	4,1028	3,7083	3,4780	3,3258	3,2172	3,1355	3,0717	3,0204
15	11	4,8443	3,9823	3,5874	3,3567	3,2039	3,0946	3,0123	2,9480	2,8962
16	12	4,7472	3,8853	3,4903	3,2592	3,1059	2,9961	2,9134	2,8486	2,7964
17	13	4,6672	3,8056	3,4105	3,1791	3,0254	2,9153	2,8321	2,7669	2,7144
18	14	4,6001	3,7389	3,3439	3,1122	2,9582	2,8477	2,7642	2,6987	2,6458
19	15	4,5431	3,6823	3,2874	3,0556	2,9013	2,7905	2,7066	2,6408	2,5876
20	16	4,4940	3,6337	3,2389	3,0069	2,8524	2,7413	2,6572	2,5911	2,5377
21	17	4,4513	3,5915	3,1967	2,9647	2,8100	2,6987	2,6143	2,5480	2,4943
22	18	4,4139	3,5546	3,1599	2,9277	2,7729	2,6613	2,5767	2,5102	2,4563
23	19	4,3808	3,5219	3,1274	2,8951	2,7401	2,6283	2,5435	2,4768	2,4227
24	20	4,3513	3,4928	3,0984	2,8661	2,7109	2,5990	2,5140	2,4471	2,3928
25	21	4,3248	3,4668	3,0725	2,8401	2,6848	2,5727	2,4876	2,4205	2,3661
26	22	4,3009	3,4434	3,0491	2,8167	2,6613	2,5491	2,4638	2,3965	2,3419
27	23	4,2793	3,4221	3,0280	2,7955	2,6400	2,5277	2,4422	2,3748	2,3201
28	24	4,2597	3,4028	3,0088	2,7763	2,6207	2,5082	2,4226	2,3551	2,3002
29	25	4,2417	3,3852	2,9912	2,7587	2,6030	2,4904	2,4047	2,3371	2,2821
30	26	4,2252	3,3690	2,9752	2,7426	2,5868	2,4741	2,3883	2,3205	2,2655
31	27	4,2100	3,3541	2,9603	2,7278	2,5719	2,4591	2,3732	2,3053	2,2501
32	28	4,1960	3,3404	2,9467	2,7141	2,5581	2,4453	2,3593	2,2913	2,2360
33	29	4,1830	3,3277	2,9340	2,7014	2,5454	2,4324	2,3463	2,2782	2,2229
34	30	4,1709	3,3158	2,9223	2,6896	2,5336	2,4205	2,3343	2,2662	2,2107
35	31	4,1596	3,3048	2,9113	2,6787	2,5225	2,4094	2,3232	2,2549	2,1994
36	32	4,1491	3,2945	2,9011	2,6684	2,5123	2,3991	2,3127	2,2444	2,1888
37	33	4,1393	3,2849	2,8916	2,6589	2,5026	2,3894	2,3030	2,2346	2,1789
38	34	4,1300	3,2759	2,8826	2,6499	2,4936	2,3803	2,2938	2,2253	2,1696
39	35	4,1213	3,2674	2,8742	2,6415	2,4851	2,3718	2,2852	2,2167	2,1608
40	36	4,1132	3,2594	2,8663	2,6335	2,4772	2,3637	2,2771	2,2085	2,1526
41	37	4,1055	3,2519	2,8588	2,6261	2,4696	2,3562	2,2695	2,2008	2,1449
42	38	4,0982	3,2448	2,8517	2,6190	2,4625	2,3490	2,2623	2,1936	2,1375
43	39	4,0913	3,2381	2,8451	2,6123	2,4558	2,3423	2,2555	2,1867	2,1306
44	40	4,0847	3,2317	2,8387	2,6060	2,4495	2,3359	2,2490	2,1802	2,1240

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	TABEL DISTRIBUSI T							
2								
3	α untuk uji dua pihak (two tail test)							
4	df	0,01	0,025	0,050	0,10	0,125	0,15	0,032
5	α untuk uji satu pihak (one tail test)							
6	df	0,005	0,0125	0,025	0,05	0,0625	0,075	0,01595
7	1	63,6559	25,4519	12,7062	6,3137	5,0273	4,1653	19,9402
8	2	9,9250	6,2054	4,3027	2,9200	2,5560	2,2819	5,4641
9	3	5,8408	4,1765	3,1824	2,3534	2,1131	1,9243	3,8048
10	4	4,6041	3,4954	2,7765	2,1318	1,9357	1,7782	3,2325
11	5	4,0321	3,1634	2,5706	2,0150	1,8409	1,6994	2,9496
12	6	3,7074	2,9687	2,4469	1,9432	1,7822	1,6502	2,7823
13	7	3,4995	2,8412	2,3646	1,8946	1,7422	1,6166	2,6722
14	8	3,3554	2,7515	2,3060	1,8595	1,7133	1,5922	2,5943
15	9	3,2498	2,6850	2,2622	1,8331	1,6915	1,5737	2,5364
16	10	3,1693	2,6338	2,2281	1,8125	1,6744	1,5592	2,4917
17	11	3,1058	2,5931	2,2010	1,7959	1,6606	1,5476	2,4561
18	12	3,0545	2,5600	2,1788	1,7823	1,6493	1,5380	2,4271
19	13	3,0123	2,5326	2,1604	1,7709	1,6398	1,5299	2,4031
20	14	2,9768	2,5096	2,1448	1,7613	1,6318	1,5231	2,3828
21	15	2,9467	2,4899	2,1315	1,7531	1,6249	1,5172	2,3655
22	16	2,9208	2,4729	2,1199	1,7459	1,6189	1,5121	2,3506
23	17	2,8982	2,4581	2,1098	1,7396	1,6137	1,5077	2,3375
24	18	2,8784	2,4450	2,1009	1,7341	1,6091	1,5037	2,3260
25	19	2,8609	2,4334	2,0930	1,7291	1,6049	1,5002	2,3158
26	20	2,8453	2,4231	2,0860	1,7247	1,6012	1,4970	2,3067
27	21	2,8314	2,4138	2,0796	1,7207	1,5979	1,4942	2,2985
28	22	2,8188	2,4055	2,0739	1,7171	1,5949	1,4916	2,2911
29	23	2,8073	2,3979	2,0687	1,7139	1,5922	1,4893	2,2844
30	24	2,7970	2,3910	2,0639	1,7109	1,5897	1,4871	2,2783
31	25	2,7874	2,3846	2,0595	1,7081	1,5874	1,4852	2,2727
32	26	2,7787	2,3788	2,0555	1,7056	1,5852	1,4834	2,2676
33	27	2,7707	2,3734	2,0518	1,7033	1,5833	1,4817	2,2628
34	28	2,7633	2,3685	2,0484	1,7011	1,5815	1,4801	2,2584
35	29	2,7564	2,3638	2,0452	1,6991	1,5798	1,4787	2,2543
36	30	2,7500	2,3596	2,0423	1,6973	1,5782	1,4774	2,2506
37	31	2,7440	2,3556	2,0395	1,6955	1,5768	1,4761	2,2470
38	32	2,7385	2,3518	2,0369	1,6939	1,5754	1,4749	2,2437
39	33	2,7333	2,3483	2,0345	1,6924	1,5741	1,4738	2,2406
40	34	2,7284	2,3451	2,0322	1,6909	1,5729	1,4728	2,2377
41	35	2,7238	2,3420	2,0301	1,6896	1,5718	1,4718	2,2350
42	36	2,7195	2,3391	2,0281	1,6883	1,5707	1,4709	2,2324
43	37	2,7154	2,3363	2,0262	1,6871	1,5697	1,4701	2,2300
44	38	2,7116	2,3337	2,0244	1,6860	1,5687	1,4692	2,2277
45	39	2,7079	2,3313	2,0227	1,6849	1,5678	1,4685	2,2255
46	40	2,7045	2,3289	2,0211	1,6839	1,5670	1,4677	2,2234