



**WELFARE**

JURNAL ILMU EKONOMI

VOLUME 1 NOMOR 1 (MEI 2020)

<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>

ISSN (PRINT)

ISSN (ONLINE)

## **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTU PERMINTAAN PADA OBJEK WISATA SITU LENGKONG DI KABUPATEN CIAMIS TAHUN 2019**

**Aso Sukarso<sup>a\*</sup>, Encang Kadarisman<sup>b</sup>**

<sup>a,b</sup> Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

\*[asosukarso@unsil.ac.id](mailto:asosukarso@unsil.ac.id)

*Diterima: Februari 2020. Disetujui: Maret 2020. Dipublikasikan: Mei 2020.*

---

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the effects of travel costs, travel time, relationship of travel costs to other tours, relationship of travel time to tourist attractions, income, perception of environmental amenities and quality of attractiveness (such as tourism facilities, arts, environmental concessions, and culinary) on number of visit to Situ Lengkong Tourism Object. This study is an associative research. The data used are primary and secondary data. The analytical method that used in this study is multiple regression with an approach of Travel Cost Method (TCM). Based on the multiple regression analysis of Situ Lengkong Tourism Object, it is obtained that: a) the duration of the trip has a negative effect on the number of Situ Lengkong Tourism Object; b) length of trip to other attractions (Karangkamulyan) has a positive effect on the number of visits to Situ Lengkong Tourism Object; c) the perception of the price of admission to another tourist attraction (Karangmulyan) has a negative effect on the number of visits to Situ Lengkong Tourism Object; d) perception of the facilities in Situ Lengkong Tourism Object positively influences the number of visits to Situ Lengkong Tourism Object; e) culinary perceptions at Situ Lengkong Tourism Object affect the number of Situ Lengkong Tourism Object visits.*

**Keywords:** *Tourism, Situ Lengkong, Number of Visits.*

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan, waktu tempuh, biaya perjalanan ke wisata lain, waktu tempuh ke tempat wisata, pendapatan, persepsi daya tarik amenities dan kualitas lingkungan (seperti sarana wisata, kesenian, konsisi lingkungan, dan kuliner) terhadap jumlah kunjungan objek wisata Situ Lengkong. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dengan pendekatan Travel Cost Method (TCM). Berdasarkan analisis regresi berganda Objek Wisata Situ Lengkong, diperoleh hasil sebagai berikut: a) lama perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; b) lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; c) persepsi terhadap harga karcis masuk objek wisata lain (Karangmulyan) berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; d) persepsi terhadap sarana di Objek Wisata Situ Lengkong berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; e) persepsi kuliner di Objek Wisata Situ Lengkong berpengaruh terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong.

**Kata Kunci:** Wisata, Situ Lengkong, Jumlah Kunjungan.

---

## I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu sektor yang bersifat multidimensional, karena pariwisata dapat melibatkan beberapa aspek kegiatan seperti sosial, budaya, kesehatan, ekonomi, dan politik. Perkembangan sektor pariwisata berkaitan erat dengan pembangunan yang berkelanjutan, karena pengembangan pada sektor pariwisata cenderung kegiatan-kegiatan untuk melestarikan alam dan ramah lingkungan. Perkembangan sektor pariwisata juga dapat memberikan dampak terhadap perkembangan sektor usaha lainnya seperti sektor industri, perdagangan dan sektor hotel dan restoran. Hal itu karena sektor pariwisata memiliki keterkaitan dan dukungan dari sektor lainnya untuk berkembang dan begitu pula berlaku sebaliknya. Wisata atau rekreasi pada saat ini sepertinya sudah tidak lagi dipersepsikan sebagai barang mewah yang hanya dapat dinikmati manfaatnya oleh golongan masyarakat pendapatan tinggi. Hal ini dikarenakan, berwisata sudah dapat dinikmati oleh hampir semua kalangan masyarakat yang berguna untuk melepas sejenak rutinitas pekerjaan, berkumpul bersama keluarga dengan mengunjungi tempat-tempat yang indah, bersih dan nyaman.

Selain lingkungan dan alam yang asri dan indah, atraksi wisata yang berupa yang terkait dengan kesejarahan dan kepurbakalaan juga merupakan salah satu aset yang mendukung perkembangan sektor pariwisata. Indonesia memiliki keunggulan baik kuantitas maupun kualitas dalam aspek sejarah dan kepurbakalaan yang dapat dijadikan sebagai sumber daya dalam pengembangan sektor pariwisata. Berkaitan dengan kegiatan wisata sejarah dan purbakala, Provinsi Jawa Barat memiliki potensi sejarah dan purbakala yang cukup melimpah. Misalnya, Kota Ciamis memiliki Situ Lengkong yang terletak di sepanjang tepi utara kota Panjalu.

Wisatawan yang datang ke Panjalu pada umumnya adalah para peziarah yang mengunjungi tokoh Raja Panjalu, teristimewa pemakaman Prabu Harian Kancana di Nusa Situ Lengkong (Situ Istana Kerajaan) serta danau itu sendiri yang bernuansa religius.

Disamping itu, wisatawan juga dapat mengunjungi Museum Bumi Alit, dimana tersimpan benda-benda peninggalan bersejarah seperti Menhir, Batu Pengsucian, Batu Penobatan, naskah-naskah dan benda-benda perkakas peninggalan milik raja-raja dan Bupati Panjalu masa lalu, terutama perkakas yang disebut benda pusaka Panjalu yang berupa pedang, cis (senapan) dan genta (lonceng kecil) peninggalan Prabu Sanghyang Borosngora.

Pengembangan sektor pariwisata yang berkesinambungan tidak terlepas dari permintaan masyarakat untuk berwisata. Dengan meningkatnya permintaan maka sektor pariwisata ini akan berkembang terus. Dengan demikian, analisis permintaan pada sektor kepariwisataan merupakan informasi yang penting dalam rangka pengembangan sektor ini, karena dalam analisis permintaan ini akan diketahui faktor-faktor utama yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Dalam pengembangan objek wisata, terdapat tiga aspek yang perlu diperhatikan, yaitu: atraksi, amenities, dan aksesibilitas. Atraksi adalah segala sesuatu di dalam daya tarik wisata baik bergerak maupun tidak bergerak yang memiliki daya tarik untuk dinikmati dan layak ditawarkan ke pasar wisata, baik kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Daya tarik wisata beserta segala atraksi yang ditawarkan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat. Amenitas, adalah fasilitas yang menunjang kegiatan wisata seperti rumah makan, hotel, bank, sarana komunikasi, papan informasi dan lainnya. Bahkan seringkali diperlukan jasa asuransi khususnya bagi tipe wisata yang memiliki risiko kecelakaan tinggi. Keberadaan dan kelengkapan berbagai jenis fasilitas menjadi prasyarat mutlak bagi peningkatan kunjungan wisatawan. Aksesibilitas, adalah sarana prasarana penunjang pergerakan wisatawan menuju destinasi (daya tarik) wisata. Dukungan sarana dan prasarana yang layak, aman dan nyaman akan dapat meningkatkan aksesibilitas menuju daya tarik wisata. Dalam hal ini, minat pengunjung dalam menentukan objek wisata dipengaruhi oleh

aksesibilitas dan biaya yang harus dikeluarkan wisatawan.

Suprina (2008) dalam penelitiannya menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi kunjungan ke objek wisata yaitu jarak tempuh dan biaya perjalanan. Giacomelli (2006) membangun model ekonometrika mengenai fungsi permintaan pariwisata bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kunjungan ke objek wisata terdiri dari pendapatan *disposable*, biaya wisata, atraksi pada objek wisata, fasilitas penunjang, tingkat resiko, biaya pada objek wisata saingan, atraksi pada objek wisata saingan, fasilitas penunjang pada objek wisata saingan dan tingkat resiko pada objek wisata saingan. Sedangkan menurut Archer (1976), Johnson and Ashworth (1990) serta Sheldon (1990) dalam Arifita Budi M bahwa faktor-faktor permintaan dari pariwisata pada suatu periode waktu meliputi pendapatan asli daerah, harga relatif antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan, nilai tukar antara daerah i dan daerah tujuan j dengan daerah tujuan k, biaya transportasi antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k, variabel *dummy* untuk memperhitungkan hal-hal yang bersifat seperti acara olahraga atau gejolak politik.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah tarif wisata, biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan individu, lama perjalanan, lama perjalanan ke objek wisata lain, persepsi daya tarik atraksi, amenities dan lingkungan terhadap jumlah permintaan objek wisata Situ Lengkong yang terletak di wilayah Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis.

### B. Teknik Pengambilan Data/ Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau juga hubungan antara 2 (dua) variabel atau lebih. Data data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari wisatawan yang datang ke Kawasan Wisata

Situ Lengkong, pemerintah setempat, dan pengelola dengan metode wawancara maupun kuesioner. Sedangkan data sekunder berasal dari laporan statistik, laporan penelitian, laporan tahunan, maupun data lain berupa tulisan, tabel, diagram, grafik, gambar dan informasi lain yang terkait dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling*, yaitu memilih sampel secara sengaja, dengan jumlah responden yang diambil berdasarkan metode penelitian. Responden yang diwawancarai diambil sebanyak 100 orang yang terdiri dari para wisatawan di Kawasan Wisata Situ Lengkong.

### C. Kerangka Pemikiran

Hubungan antara variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini bersifat langsung. Penjelasan mengenai hubungan antara variabel bebas dan terikat dan juga menjelaskan mengenai variabelnya akan didasarkan pada teori-teori yang ada.

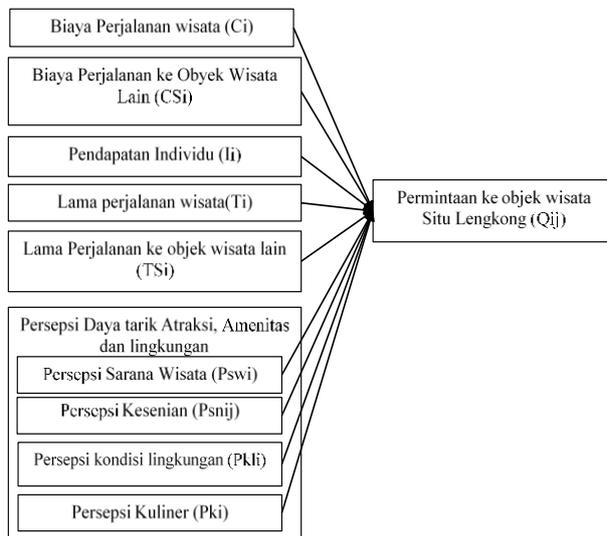
Terdapat beberapa faktor permintaan terhadap objek wisata Situ Lengkong, seperti biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan individu, waktu tempuh atau jarak, waktu tempuh atau jarak ke objek wisata lain, daya tarik amenities dan kualitas lingkungan.

Seorang wisatawan ketika mengkonsumsi suatu barang atau jasa akan mempertimbangkan barang dan jasa lain yang bersifat substitusi atau komplementer. Berkaitan dengan hal tersebut, wisatawan ketika mengunjungi suatu objek wisata tentu akan mempertimbangkan biaya perjalanan ke objek wisata lain. Biaya perjalanan ke objek lainnya meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan, digunakan sebagai pembanding karena objek wisata ini merupakan objek wisata yang jaraknya relatif dekat dan memiliki jumlah kunjungan.

Selama tinggal di tempat tujuan wisata, para wisatawan memerlukan waktu untuk beristirahat untuk tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan

support industries seperti toko souvenir, cuci pakaian (laundry), pemandu, dan fasilitas rekreasi lainnya (James J. Spillane 1987). Ketersediaan fasilitas di lokasi wisata akan membuat wisatawan merasa nyaman untuk lebih lama lagi dalam melakukan perjalanan wisata. Keputusan untuk melakukan perjalanan lebih banyak menyangkut pemilihan daerah tujuan wisata. Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah yang akan dikunjungi (Yoeti, 2008). Daerah tujuan wisata yang memiliki daya tarik yang baik dan menarik akan meningkatkan jumlah permintaan objek wisata tersebut.

Adapun kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

#### D. Spesifikasi Model

Dalam penelitian ini, untuk mengestimasi fungsi permintaan objek wisata Situ Lengkong adalah menggunakan pendekatan Travel Cost Method (TCM) seperti pada model penelitian Giacomelli (2006). Perbedaannya, dalam penelitian ini ditambah dengan variabel persepsi mengenai atraksi, amenitas dan lingkungan di Situ Lengkong. Adapun bentuk fungsinya seperti dalam kerangka penelitian adalah sebagai berikut:

$$Q_{ij} = f \left( \begin{matrix} C_i, CS_i, I_i, T_i, TS_i, Psw_i, \\ Psn_i, Pkl_i, Pk_i \end{matrix} \right) \quad \text{(Persamaan 1)}$$

dimana:

$Q_i$ : Jumlah kunjungan oleh individu  $i$  ke Situ Lengkong

$C_i$ : Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu  $i$  untuk mengunjungi lokasi Situ Lengkong

$CS_i$ : Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu  $i$  untuk mengunjungi lokasi lain yang substitusi

$I_i$ : Pendapatan (*income*) dari individu  $i$ .

$T_i$ : Lama perjalanan atau jarak yang ditempuh oleh individu  $i$  untuk mengunjungi lokasi Situ Lengkong

$TS_i$ : Lama perjalanan atau jarak yang ditempuh oleh individu  $i$  untuk mengunjungi lokasi Situ Lengkong

$P_{swi}$ : Persepsi individu  $i$  terhadap sarana wisata Situ Lengkong

$P_{sn_i}$ : Persepsi individu  $i$  terhadap kesenian wisata Situ Lengkong

$P_{kli}$ : Persepsi individu  $i$  terhadap kondisi lingkungan wisata Situ Lengkong

$P_{ki}$ : Persepsi individu  $i$  terhadap kuliner wisata Situ Lengkong.

Dalam rangka kebutuhan untuk menganalisis data, kemudian persamaan 1 diubah dalam bentuk model ekonometrika regresi berganda. Adapun bentuk model tersebut adalah:

$$Q_{ij} = \beta_2 C_i + \beta_2 CS_i + \beta_3 I_i + \beta_4 T_i + \beta_5 TS_i + \beta_6 Psw_i + \beta_7 Psn_i + \beta_8 Pkl_i + \beta_9 Pk_i + \varepsilon \quad \text{(Persamaan 2)}$$

dimana:

$\beta_i$ : Koefisien elastisitas

$\varepsilon$  : Error term

#### E. Pengujian Statistika dan Signifikansi Variabel

Dengan asumsi-asumsi dalam model regresi linier klasik, model kuadrat terkecil (OLS) memiliki sifat ideal dikenal dengan teorema Gauss-Markov (Gauss-Markov Theorem). Metode kuadrat terkecil akan menghasilkan estimator yang mempunyai sifat tidak bias, linier dan mempunyai varian yang minimum (Best Linear Unbiased Estimators, BLUE). Suatu estimator  $\hat{\beta}_1$  dikatakan mempunyai sifat yang BLUE jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Menemukan nilai dugaan  $b_0$  dan  $b_1$  yang menghasilkan jumlah kesalahan kuadrat minimum.

2. Estimator  $\widehat{\beta}_1$  adalah linier (*linear*), yaitu linier terhadap variabel stokastik Y sebagai variabel dependen.
3. Estimator  $\widehat{\beta}_1$  tidak bias, yaitu nilai rata-rata atau nilai harapan  $E(\widehat{\beta}_1)$  sama dengan nilai  $\beta_1$  yang sebenarnya
4. Estimator  $\widehat{\beta}_1$  mempunyai varian yang minimum. Estimator yang tidak bias dengan varian minimum disebut estimator yang efisien (*efficient estimator*). (Agus Tri Basuki, 2017).

Dalam kriteria statistika terdapat tiga penilaian yang menunjukkan bahwa output suatu model persamaan tersebut merupakan suatu hasil yang baik atau tidak. Ketiga penilaian itu antara lain uji signifikansi parsial (t-test), koefisien determinasi (*pseudo R2* dan *count R*), dan uji signifikansi serentak (LR stat).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis statistik sepuluh variabel independen terdapat lima variabel independen dalam penelitian ini yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah

kunjungan objek wisata Situ Lengkong Panjalu yaitu: 1) Lama perjalanan ke Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu (Ti); 2) Lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Tsi), 3) Persepsi harga karcis masuk objek wisata lain yang sejenis (Karangkamulyan) (TSi); 4) Persepsi sarana wisata (Psri); dan 5) Persepsi kuliner (Pkui).

Sedangkan lima variabel independen yang lain tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan (kunjungan) objek wisata Situ Lengkong Panjalu yaitu 1) variabel biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Ci); 2) biaya perjalanan ke objek wisata Karangamulyan (Csi); 3) Pendapatan individu (Ii); 4) Pesersepsi harga karcis Situ Lengkong Panjalu (Phi); dan 5) persepsi lingkungan (Pli). Karena kelima variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan (kunjungan) objek wisata Situ Lengkong Panjalu, maka variabel ini tidak dibahas lebih lanjut.

Selanjutnya adapun hasil analisis regresi permintaan objek wisata Situ Lengkong Panjalu dapat dilihat dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Permintaan Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu

Variabel Bebas	Variabel Tidak Bebas: Kunjungan (Qi)		
	$\beta$	t-statistik	Prob
Konstanta	-3,740	-0,651	0,517
Biaya Perjalanan ke SPL (Ci)	0,148	0,241	0,810
Biaya Perjalanan ke Karangmulyan(Csi)	0,336	0,779	0,438
Pendapatan Individu (Ii)	0,476	0,562	0,576
Lama Perjalanan ke SPL (Ti)	-0,754	-5,204	0,000*
Lama Perjalanan ke Karangmulyan(Tsi)	0,501	3,487	0,001*
Persepsi Harga Karcis SPL (Phi)	-0,179	-1,114	0,268
Persepsi Harga Karcis Karangmulyan (Phsi)	-0,310	-1,900	0,061**
Persepsi Sarana (Psri)	0,314	2,061	0,042*
Persepsi Lingkungan (Pli)	0,163	0,859	0,393
Persepsi Kuliner (Pkui)	0,304	1,807	0,074**
<b>F-statistik</b>	<b>4,255</b>		
<b>Prob(F-statistik)</b>	<b>0,000</b>		
<b>R<sup>2</sup></b>	<b>0,331</b>		

Keterangan: \* Signifikan pada taraf 5% \*\* Signifikan pada taraf 10%

Pada tabel 1, nilai konstanta adalah sebesar -3,740 dimana dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Ci), biaya perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Csi), pendapatan individu (Ii), Lama perjalanan ke Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu (Ti), Lama perjalanan ke objek wisata lain

(Karangkamulyan) (Tsi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Phi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata lain yang sejenis (Karangkamulyan) (TSi), Persepsi sarana wisata (Psri), Persepsi kondisi lingkungan (Pli) dan Persepsi kuliner (Pkui) dianggap sama dengan nol atau konstan, maka jumlah

kunjungan bernilai -3,740 kali dalam satu tahun bulan terakhir.

Variabel lama perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu berpengaruh negatif terhadap kunjungan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu dan signifikan pada taraf kesalahan sebesar 5 persen, dengan koefisien sebesar -0,754. Hal tersebut menunjukkan bahwa lama perjalanan ke Situ Lengkong Panjalu berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu. Koefisien lama perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu ini dapat diartikan semakin jauh wisatawan dari Situ Lengkong Panjalu semakin kecil kemungkinannya berkunjung atau datang lagi ke Situ Lengkong Panjalu. Seperti pada deskripsi responden, menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Situ Lengkong Panjalu berasal dari Ciamis Kota Ciamis, Tasikmalaya, Kuningan dan Majalengka. Sedangkan daerah asal pengunjung yang paling sedikit dari luar Pulau Jawa sebanyak satu persen. Melihat adanya pengaruh dari variabel ini menunjukkan bahwa jangkauan konsumen objek wisata Situ Lengkong Panjalu relatif terbatas. Lamanya perjalanan ini dipengaruhi oleh jarak, sarana dan prasarana selama perjalanan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijayanti, Novianti dan Hastuti (2008) menyatakan bahwa lama perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan yang dapat menurunkan jumlah permintaan ke objek tersebut. Demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Spillane (1994) salah satu sifat-sifat khusus dari pariwisata adalah produk wisata tidak dapat dipindahkan sehingga wisatawan harus datang ke objek wisata untuk dapat bisa menikmati produksi wisata yang ditawarkan. Oleh karena itu, aksesibilitas ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi berpengaruh terhadap jumlah permintaan dari pariwisata. Dengan tersedianya sarana transportasi yang mendukung aksesibilitas menjadi semakin mudah untuk menjangkau objek wisata maka akan mengurangi lama perjalanan yang harus ditempuh dan juga

akan berpengaruh terhadap biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan.

Variabel lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) berpengaruh positif terhadap kunjungan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu, dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Ci), biaya perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Csi), pendapatan individu (Ii), Lama perjalanan ke Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu (Ti), Lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Tsi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Phi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata lain yang sejenis (Karangkamulyan) (TSi), Persepsi sarana wisata (Psri), Persepsi kondisi lingkungan (Pli) dan Persepsi kuliner (Pkui) dalam keadaan tetap atau konstan maka jumlah permintaan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu akan semakin meningkat. Ditinjau dari lama perjalanan, nilai koefisien positif menunjukkan bahwa kawasan Wisata Karangkamulyan dengan kawasan wisata Situ Lengkong Panjalu bersubstitusi. Kondisi perjalanan dari daerah asal responden ke Kawasan Wisata Karangkamulyan lebih jauh dibandingkan dengan kondisi perjalanan ke Kawasan Wisata Situ Lengkong Panjalu. Hal ini menunjukkan bahwa Kawasan Wisata Situ Lengkong Panjalu berpotensi sebagai alternatif Kawasan Wisata Pangandaran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijayanti, Novianti dan Hastuti (2008) menyatakan bahwa lama perjalanan ke objek wisata lain/alternatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata yang diteliti.

Variabel Persepsi Harga Karcis masuk objek wisata lain (Karangkamulyan) dengan nilai koefisien regresi adalah negatif, dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Ci), biaya perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Csi), pendapatan individu (Ii), Lama perjalanan ke Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu (Ti), Lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Tsi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata

Situ Lengkong Panjalu (Phi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata lain yang sejenis (Karangkamulyan) (TSi), Persepsi sarana wisata (Psri), Persepsi kondisi lingkungan (Pli) dan Persepsi kuliner (Pkui) dalam keadaan tetap atau konstan maka jumlah permintaan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu akan semakin meningkat. Hal tersebut berarti jika persepsi harga karcis ke objek wisata di Karangkamulyan dianggap baik maka kecenderungan wisatawan untuk berkunjung ke Situ Lengkong Panjalu akan turun atau dengan kata lain, jika wisatawan memandang harga karcis ke Kawasan atau Objek Wisata Karangkamulyan lebih mahal maka wisatawan akan cenderung untuk berkunjung ke Kawasan Wisata Situ Lengkong Panjalu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi (2010) dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa variabel harga tiket di objek wisata lain yang sejenis mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan, berarti harga tiket di objek wisata lain tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan di objek wisata Water Blaster. Hal ini dikarenakan selera wisatawan dalam memilih objek wisata tidak dapat diukur dengan mahal atau tidaknya harga tiket di suatu objek wisata dan karena wisatawan menganggap tempat wisata yang berbeda sebagai bagian pelengkap dari pengalaman wisatanya.

Demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muallim (2015) yang menyimpulkan bahwa harga tiket objek wisata lain sejenis berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Jadi ketika harga tiket objek wisata lain naik, maka hal tersebut akan mendorong tingkat kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Nasional Bantimurung Bulusaraung. Hal ini terjadi karena permintaan menunjuk pada hubungan tertentu, antara jumlah barang yang mau dibeli dengan harga. Dimana berdasar pendekatan permintaan, terdapat hubungan antara permintaan dengan variabel lainnya.

Variabel persepsi sarana objek wisata Situ Lengkong Panjalu berpengaruh positif terhadap kunjungan ke objek wisata Situ

Lengkong Panjalu, dengan koefisien regresi adalah positif, dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Ci), biaya perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Csi), pendapatan individu (Ii), Lama perjalanan ke Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu (Ti), Lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Tsi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Phi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata lain yang sejenis (Karangkamulyan) (TSi), Persepsi sarana wisata (Psri), Persepsi kondisi lingkungan (Pli) dan Persepsi kuliner (Pkui) dalam keadaan tetap atau konstan maka jumlah permintaan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu akan semakin meningkat. Hal ini berarti bahwa apabila persepsi sarana objek wisata Situ Lengkong Panjalu dapat ditingkatkan maka akan meningkatkan kecenderungan untuk berkunjung ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budi dan Santosa (2013) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan serta dapat meningkatkan jumlah permintaan ke objek wisata Masjid Agung Semarang. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Spilanne (1994) fasilitas merupakan salah satu unsur dari industri pariwisata yang cenderung berorientasi pada daya tarik disuatu lokasi karena fasilitas harus terletak dengan pasarnya. Wisatawan yang melakukan perjalanan wisata memerlukan beberapa kebutuhan seperti istirahat dan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan, selain itu ada juga kebutuhan akan pendukung kegiatan wisata seperti penjualan oleh-oleh, pemandu atau *tour guide* dan fasilitas lain yang diperlukan.

Demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syahadat (2006) yang juga menyatakan bahwa berdasarkan faktor pelayanan, sarana prasarana, objek dan daya tarik wisata alam (ODTWA), dan keamanan secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap jumlah pengunjung/

wisatawan akan tetapi tidak signifikan (tidak secara nyata) di Taman Nasional Gede Pangrango pada taraf nyata sebesar 0,01.

Variabel persepsi kuliner dengan koefisien regresi adalah positif, dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Ci), biaya perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Csi), pendapatan individu (Ii), Lama perjalanan ke Objek Wisata Situ Lengkong (Ti), Lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Tsi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata Situ Lengkong Panjalu (Phi), Persepsi harga karcis masuk objek wisata lain yang sejenis (Karangkamulyan) (TSi), Persepsi sarana wisata (Psri), Persepsi kondisi lingkungan (Pli) dan Persepsi kuliner (Pkui) dalam keadaan tetap atau konstan maka jumlah permintaan ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu akan semakin meningkat. Hal ini berarti bahwa apabila persepsi kuliner di objek wisata Situ Lengkong Panjalu dapat ditingkatkan maka akan meningkatkan kecenderungan untuk berkunjung ke objek wisata Situ Lengkong Panjalu. Kuliner yang ada di Kawasan Situ Lengkong Panjalu khas dengan masakan sunda. Selain itu, harganya relatif murah dan di kawasan ini wisatawan cenderung untuk lebih banyak melakukan konsumsi terhadap item makanan karena suhu udara di kawasan tersebut relatif dingin.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasuruddin (2011) dalam penelitiannya mengenai motivasi kunjungan wisatawan ke lesehan di Malioboro menyatakan bahwa secara keseluruhan kualitas produk kuliner bukan merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan. Demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Besra (2012) juga menyebutkan bahwa Wisata kuliner Kota Padang mempunyai potensi yang sangat baik. Dimana para wisatawan asing mengingat Indonesia dengan makanan khasnya yaitu Rendang yang merupakan salah satu kuliner di Kota Padang.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah serta hasil penelitian yang telah dipaparkan, diperoleh

beberapa kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian berikut:

1. Dari sepuluh variabel independen yang dianalisis terdapat lima variabel independen yang signifikan yaitu a) Lama perjalanan ke Objek Wisata Situ Lengkong (Ti); b) Lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) (Tsi), c) Persepsi harga karcis masuk objek wisata lain yang sejenis (Karangkamulyan) (TSi); d) Persepsi sarana wisata (Psri); dan e) Persepsi kuliner (Pkui). Sedangkan lima variabel independen lain tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan (kunjungan) Objek Wisata Situ Lengkong.
2. Berdasarkan analisis permintaan Objek Wisata Situ Lengkong menunjukkan bahwa permintaan Objek Wisata Situ Lengkong diperoleh sebagai berikut:
  - a. Lama perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong;
  - b. Lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong;
  - c. Persepsi terhadap harga karcis masuk objek wisata lain (Karangkamulyan) berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong;
  - d. Persepsi terhadap sarana di Objek Wisata Situ Lengkong berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong;
  - e. Persepsi kuliner di Objek Wisata Situ Lengkong berpengaruh terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong.
3. Dalam aspek teknis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengambilan keputusan untuk menentukan harga tiket masuk dan meningkatkan fasilitas objek wisata Situ Lengkong Kab Ciamis.
4. Sedangkan dalam aspek akademik, hasil penelitian ini akan menambah khazanah dalam penelitian dalam teori permintaan.

## V. SARAN/REKOMENDASI

Berdasarkan simpulan penelitian, maka saran dari hasil penelitian ini adalah:

1. Kuatnya pengaruh lama perjalanan terhadap kunjungan ke Objek Wisata Situ Lengkong, berimplikasi bahwa kebijakan untuk mendorong pariwisata di Kabupaten Ciamis umumnya dan di kawasan Wisata Situ Lengkong khususnya adalah:
  - a. Memperluas promosi Objek Wisata Situ Lengkong;
  - b. Memperbaiki sarana dan prasarana yang mencakup infrastruktur transportasi ke arah Objek Wisata Situ Lengkong dan;
  - c. Mengadakan kegiatan kesenian tradisional daerah.
2. Adanya pengaruh persepsi sarana-prasarana dan persepsi terhadap kuliner di Objek Wisata Situ Lengkong, berimplikasi bahwa di kawasan tersebut harus memperbaiki kualitas dan kuantitas sarana prasarana penunjang seperti toilet, tempat ibadah dan tempat atau warung makan yang ada.

## REFERENSI

- Afia, Salma, Irma dan Susilowati, Indah. (2004). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Basuki, Agus Tri. (2017). Bahan Ajar Ekonometrik 1, Danisa Media, Banyumeneng, V/15 Banyuraden, Gamping, Sleman, Yogyakarta.
- Budi M, Arifta dan Purbayu Budi Santosa. (2013). Analisis Permintaan Objek Wisata Masjid Agung Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, Vol. 2 No. 2/tahun 2013 Hal 1-15.
- Cooper, C., J. Fletcher, A. Fyall, D. Gilbert and S. Wanhill. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Essex: Pearson Education Limited. Fourth Edition.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. (2011). Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006-2010, Bandung.
- Garrod, Guy and Kenneth G. Willis. (1990). *Economic Valuation of The Environment: Methods and Case Studies*, Edward Elgar Publishing Limited, United Kingdom.
- Gujarati D. (2003). *Basic Econometrics, 4th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Hertinmalyana, Mila. 2014. *Analysis of Demand and Consumption of International Visitors to Indonesia (from selected countries)*. Global Forum on Tourism Statistics Nara
- Ismayanti. (2010). Pengantar Pariwisata, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Kesatuan Pemangku Hutan Bandung Utara. (2012). Jumlah Kunjungan Objek Wisata Curug Cimahi 2009-2011, AEJ KPH Bandung Utara, Bandung
- Mathieson, A; G. Wall. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impact*. New York: Long Man.
- Mankiw, N Gregory, Quah Euston dkk. (2012). *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- McEachern, William. (2006). *Ekonomi Mikro, Terjemahan Sigit Triandaru*, Salemba Empat, Jakarta.
- Rubinfeld & Pindyck. (2005). *Microeconomics. Sixth Edition*. Pearson Education International.
- Samuelson, William A., William D. Nordhaus. (2003). *Ilmu Mikroekonomi, Edisi Tujuh Belas*, PT. Media Global Edukasi, Jakarta.
- Salma, Irma Afia dan Indah Susilowati. (2004). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost*. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 1 No. 2/Des 2004.
- Santosa, Purbayu Budi & Arifta Budi M. (2013). Analisis Permintaan Objek Wisata Masjid Agung Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*. Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013 Halaman 1- 15.
- Sinclair, M Thea dan Stabler, Mike. (1997). *Economics of Tourism, Rout Ledge*. London

- Spillane, James J. (1987), *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*, Kanisius, Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. (2010). *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Rajawali Pers, Jakarta.
- Suparmoko. (1997). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*, BPFE, Yogyakarta.
- Suparmoko dan Maria R. (2000). *Ekonomika Lingkungan*, BPFE, Yogyakarta.
- Tazkia, Fanita Osha & Banatul Hayati. (2012). *Analisis Permintaan Objek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget di Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost*. *Diponegoro Journal of Economics*. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Halaman 1-10.
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, *Tentang Kepariwisataan*.
- Wahab, Salah. (1997). *Pemasaran Pariwisata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Yoeti, Oka A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung.
- Zaenal, S. (2006). *Analisis Permintaan Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng*, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.