

SKRIPSI

PENGARUH PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT SETEMPAT (Studi Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)



Disusun Oleh :

**SAMSUL RIZAL
NIM. 150604094**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Samsul Rizal

NIM : 150604094

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 8 Juli 2021

Yang Menyatakan,



METERAN
TEMPER

D1CAKX347518583

Samsul Rizal

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Setempat (Studi Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)

Disusun oleh

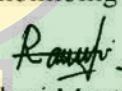
Samsul Rizal
NIM: 150604094

disetujui Untuk Disidangkan Dan Dinyatakan Bahwa Isi
Dan Formatnya Telah Memenuhi Syarat Penyelesaian Studi
Pada Program Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam Universita Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,


Dr. Isthafan Najmi, SE., M.Si.
NIDN. 0126037801

Pembimbing II,


Rachmi Meutia, M.Sc
NIP.198803192019032013

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi,


Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP. 197204281999031005

**Pengaruh Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap
Peningkatan Pendapatan Masyarakat Setempat (Studi Kasus
Pulau Dua Bakongan Timur)**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi S1 Dalam Bidang Ilmu Ekonomi

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Rachmi Meutia, M.Sc
NIP.198803192019032013

Yulindawati, S.E., M.M
NIP.197907132014112002

^{1/}Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 1964031419920310



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Samsul Rizal

NIM : 150604094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi

E-mail : rizal4002@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir 7 ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Pengaruh Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Setempat (Studi Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

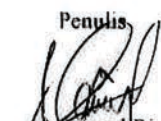
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

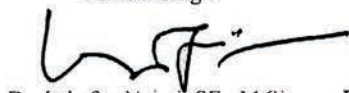
Pada Tanggal: 8 Juli 2021

Mengetahui:

Penulis


Samsul Rizal
NIM. 150604094

Pembimbing I


Dr. Isthaqan Najmi, SE., M.Si
NIDN. 0126037801

Pembimbing II


Rachmi Meutia, M.Sc
NIP. 198803192019032013

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Setempat (Studi Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)”**. Shalawat beriringkan salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang sedang kita rasakan saat ini.

penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Ekonomi dan Marwiyati, SE., MM. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi dan ibu Sitti Zahrah, S.Ag selaku operator Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. Isthafan Najmi, SE., M.Si selaku dosen pembimbing I dan Rachmi Meutia, M.Sc selaku dosen Pembimbing II yang tidak bosan-bosannya memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas bimbingan dan motivasi selama ini.
5. Marwiyati, SE., MM selaku penasehat Akademik (PA) yang telah memberi saran dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ibunda dan ayahanda (alm) serta saudara-saudariku yang tersayang atas doa, pengorbanan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan diperguruan tinggi.
7. Rakan-rekan mahasiswa Ujong Pulo Rayeuk yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

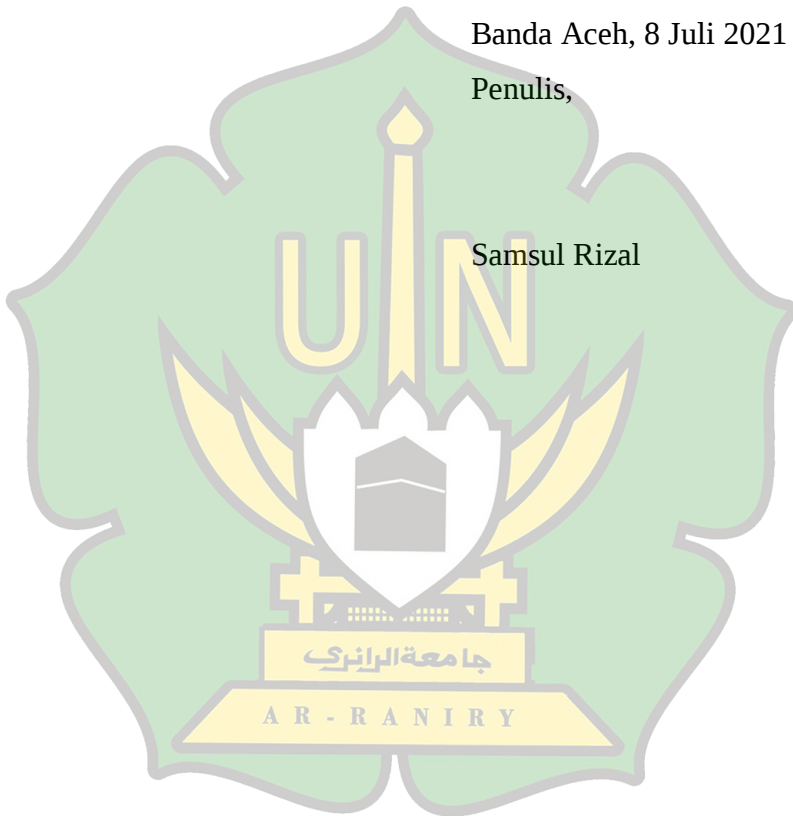
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik, saran, dan ide-ide yang bersifat membangun dan bermanfaat dari semua pihak sangat

diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan umumnya dan pemerintah yang terkait khususnya.

Banda Aceh, 8 Juli 2021

Penulis,

Samsul Rizal



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َ ا / ي	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
◌ُ و	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. TaMarbutoh (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

a. Ta *marbutoh* (ة) hidup

Ta *marbutoh* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutoh* (ة) mati

Ta *marbutoh* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutoh* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

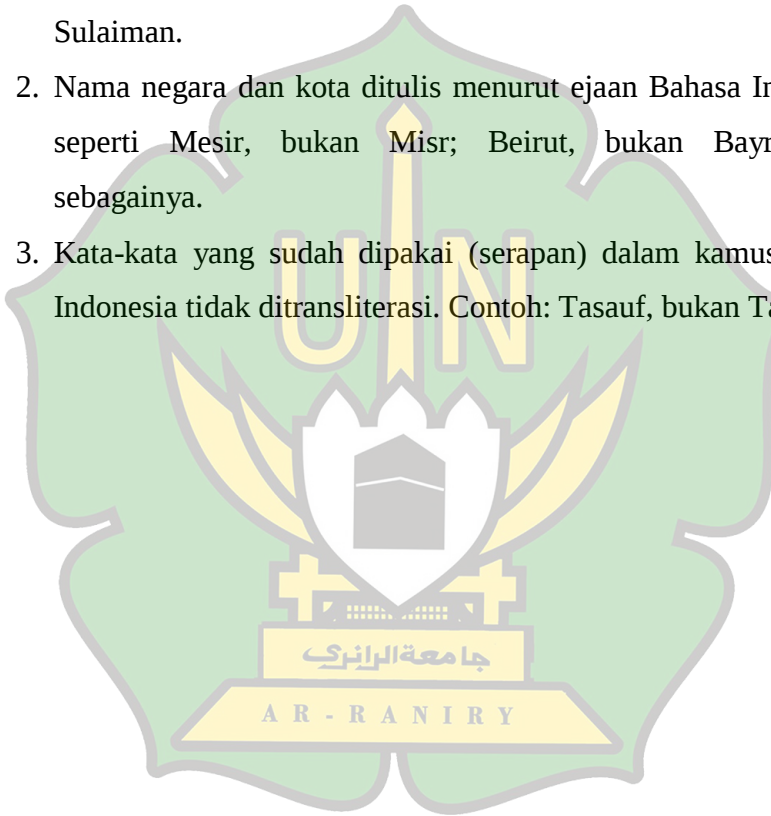
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*
al-MadīnatulMunawwarah

طَلْحَة : *Talḥah*

Catatan:**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama Mahasiswa/I : Samsul Rizal
NIM : 150604094
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/
Ilmu Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Pengembangan Sektor
Pariwisata Terhadap Peningkatan
Pendapatan Masyarakat Setempat (Studi
Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)
Pembimbing 1 : Dr. Isthafan Najmi, SE., M.Si
Pembimbing II : Rachmi Meutia, M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lokasi, infrastruktur dan promosi pengembangan Sektor pariwisata Pulau Dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Sekitar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Variabel lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua, dengan nilai t hitung sebesar $3.558550 > 1.66320$. Karena nilai t hitung $> t$ tabel maka H_a di terima dan H_0 di tolak yang artinya lokasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua. Variabel Infrastruktur berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua, dengan t hitung sebesar $2.230524 > 1.66320$. Karena nilai t hitung $> t$ tabel maka H_a di terima dan H_0 di tolak, yang artinya Infrastruktur berpengaruh signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua. Variabel promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua, dengan t hitung sebesar $8.612859 > 1.66320$. Karena nilai t hitung $> t$ tabel maka H_a di terima dan H_0 di tolak, yang artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua. Variabel lokasi, infratraktur dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua, dengan nilai F hitung $> F$ tabel sebesar $43.57235 > 2.71$ yang artinya secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua.

Kata Kunci: Pendapatan, Lokasi, Infrastruktur, Promosi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
 BAB I.PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Pembahasan.....	16
 BAB II. LANDASAN TEORI	 17
2.1 Pengertian Pariwisata.....	17
2.2 Motivasi Berwisata	19
2.3 Pengertian Pengembangan Pariwisata	26
2.3.1 Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Pariwisata.....	34
2.4 Pendapatan.....	37
2.4.1 Pengertian Pendapatan.....	37
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	41
2.4.3 Sumber Pendapatan	42
2.4.4 Indikator Pendapatan	44
2.5 Lokasi	44
2.5.1 Pengertian Lokasi	44
2.5.2 Indikator-indikator Lokasi	45
2.6 Pengertian Infrastruktur Parawisata.....	46
2.6.1 Indikator Infrastruktur Pariwisata.....	49
2.7 Pengertian Promosi.....	49
2.7.1 Tujuan Promosi.....	51

2.7.2 Indikator-Indikator Promosi	54
2.8 Penelitian Sebelumnya.....	54
2.9 Kerangka Berpikir	59
2.10 Hipotesis	60

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	62
3.2 Lokasi dan Ruang Lingkup.....	62
3.3 Populasi dan Sampel.....	62
3.3.1 Populasi.....	62
3.3.2 Sampel	62
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	64
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	64
3.6 Definisi Operasional	65
3.7 Definisi Operasional Variabel	66
3.8 Metode Analisis Data.....	68
3.8.1 Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas....	70
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.8.3 Uji Hipotesis	72

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

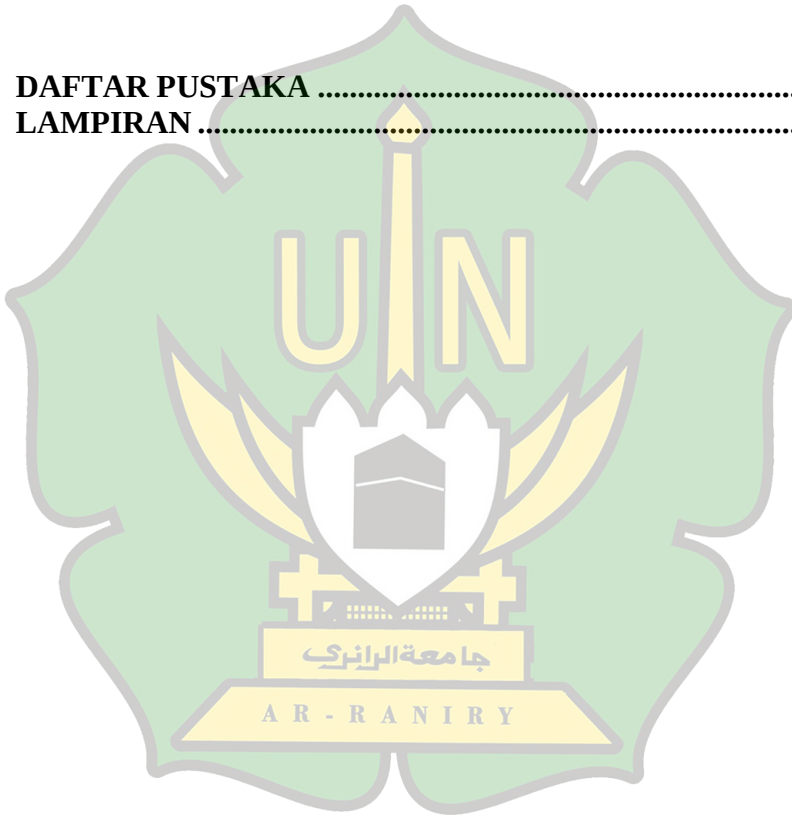
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	74
4.1.1 Letak Wilayah Geografis.....	74
4.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Karakteristik Responden	74
4.3 Tanggapan Responden	76
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi ...	76
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Infrastruktur (X2).....	77
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Promosi.	78
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan (Y).....	78
4.3.5 Validitas dan Reliabilitas	79
4.3.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	85
4.3.8 Hasil Uji Hipotesis	87
4.4 Pembahasan	88
4.4.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan	88

4.4.2 Pengaruh Infrastruktur terhadap Pendapatan	91
4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Pendapatan	93

BAB V. PENUTUP

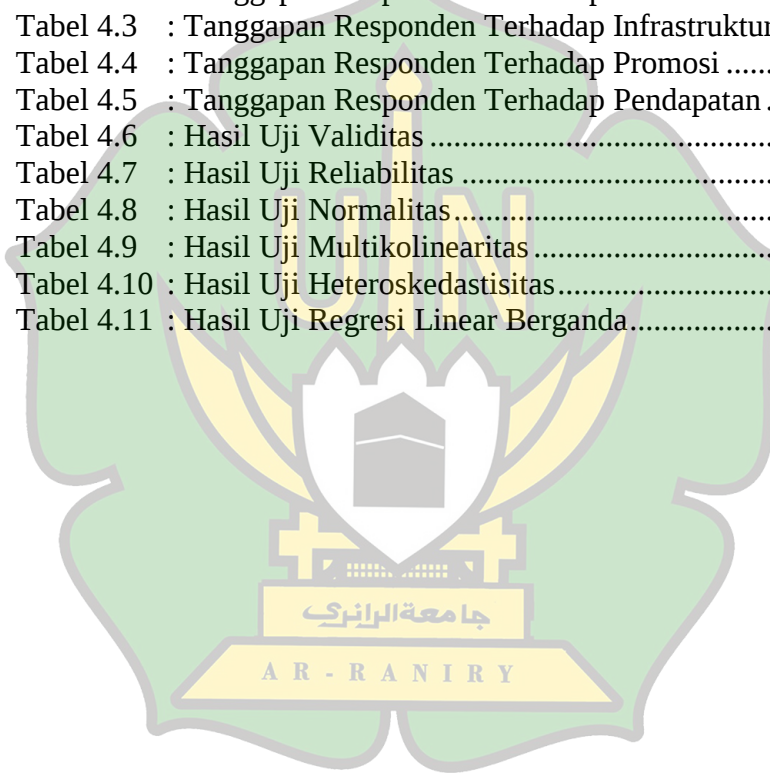
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 3.1 :Skala Likert pada Pertanyaan-pertanyaan Tertutup dalam Kuesioner	65
Tabel 3.2 : Definisi Operasional Variabel	67
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden.....	75
Tabel 4.2 : Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	76
Tabel 4.3 : Tanggapan Responden Terhadap Infrastruktur ...	77
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Promosi	78
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan	79
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas	80
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.8 : Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.9 : Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.10 : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel 4.11 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengunjung pariwisata provinsi Aceh dari Tahun 2016-2019.....	5
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Bakongan Timur .	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	101
Lampiran 2 Data Responden	104
Lampiran 3 Hasil Uji	109
Lampiran 4 Titik Persentase Distribusi t	112
Lampiran 5 Tabel F	115
Riwayat Hidup	118



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi masyarakat yang sangat berpotensi dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sektor pariwisata perlu dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah. Hal ini dilakukan secara menyeluruh dan merata sehingga perlu adanya pembinaan yang terarah serta terkoordinir. Pariwisata merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat yang berkaitan dengan cara penggunaan waktu luang atau waktu libur yang dimiliki seseorang. Selain itu juga pariwisata atau rekreasi telah menjadi kebutuhan hidup masyarakat saat ini, dengan berpariwisata dapat berkumpul dengan menghabiskan waktu dengan sanak saudara atau orang-orang yang disayangi untuk menambah wawasan pengetahuan pada anak-anak atau hanya sekedar menghilangkan rasa jenuh dari kesibukan pekerjaan yang ditekuninya.

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu yang diberikan akan menggunakan kembali jasa perusahaan untuk melakukan pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan bersifat permanen maupun sementara (Suryadana, 2015). Kepariwisataan sebagian dari pembangunan ekonomi mempunyai tujuan untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha, lapangan kerja dan kesejahteraan

masyarakat, yang dimaksud kesejahteraan ialah keadaan aman, sentosa, makmur dan sejahtera. Sehingga arti kesejahteraan adalah orang yang dalam hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan, kekhawatiran, sehingga hidupnya aman dan tenteram baik lahir maupun batin (Fahrudin, 2012). Mengingat pentingnya pembangunan di bidang kepariwisataan tersebut, maka penyelenggaraan kepariwisataan harus berdasarkan asas-asas manfaat, usaha bersama dan kekeluargaan.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa (kemenkeu,2009)

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat dampak terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Pariwisata juga bermanfaat dalam meningkatkan lapangan kerja, taraf hidup, dan pendapatan masyarakat. Pengembangan objek wisata di Aceh didasarkan atas berbagai alasan, namun biasanya yang menjadi alasan utama adalah untuk menghasilkan manfaat ekonomi dan masuknya devisa

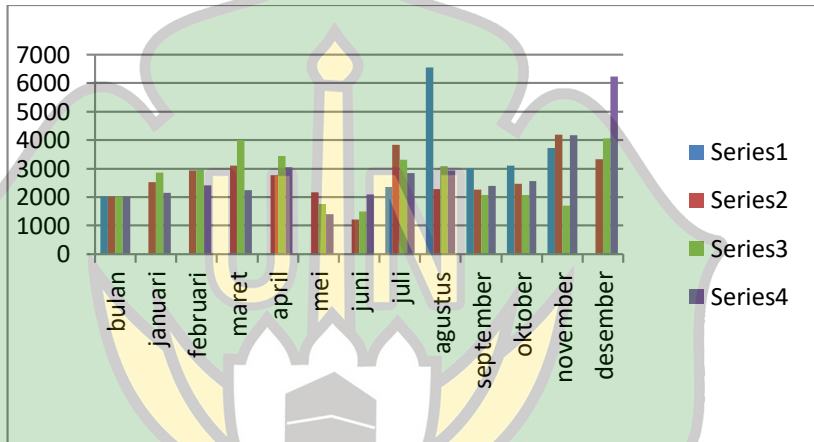
Pendapatan Asli Daerah (PAD). Keberadaan objek wisata juga dapat mendorong proses perlindungan terhadap lingkungan fisik maupun sosial budaya dari masyarakat setempat, karena hal tersebut merupakan aset yang dapat dijual kepada wisatawan.

Aceh merupakan salah satu wilayah persisir dan perbukitan dengan posisi geografis yang sangat strategis dengan posisi tersebut Aceh memiliki berbagai tempat yang sangat menarik bagi wisatawan untuk menikmati keindahan alamnya. Setelah musibah gempa bumi dan gelombang Tsunami 26 Desember 2006, Aceh mulai bangkit dan ini ditandai dengan berbagai kegiatan kepariwisataan terutama yang diprakarsai oleh pemerintah Aceh dengan melibatkan berbagai unsur kepariwisataan. Pada saat ini perekonomian Aceh terus bangkit terkhusus dibidang pariwisata, dimana tempat-tempat wisata di Aceh sudah terkenal dimancanegara, seperti Pulau Sabang, Pulau Aceh dan Pulau Banyak yang berada di Kabupaten Aceh Singkil.

Banyaknya destinasi wisata di Aceh dikarenakan Aceh dikelilingi oleh perbukitan dan laut yang terbentang luas. Jika melewati Barat-Selatan Aceh wisatawan juga akan di manjakan dengan perbukitan yang berhadapan langsung dengan laut, hal inilah yang membuat barat selatan memiliki destinasi wisata yang sangat menarik dan memanjakan mata wisatawan seperti Kabupaten Aceh Selatan yang memiliki banyak tempat-tempat yang sangat indah untuk dikunjungi, salah satunya objek Wisata Pulau Dua, yang sempat terkenal ditingkat Nasional. Destinasi wisata yang ada di Aceh tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik

macanegara maupun wisatawan lokal. Dimana jumlah wisatawan yang berkunjung ke Aceh terus meningkat setiap tahunnya, peningkatan jumlah wisatawan ini diperlihatkan pada tabel 1.1 dibawah ini:

Gambar 1.1
Jumlah Pengunjung Pariwisata Provinsi Aceh Dari Tahun 2016-2019



Sumber BPS Aceh : Dalam Angka 2020

Pada Grafik di atas menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung di Aceh dari tahun 2016 sampai 2019. jumlah ini dihitung setiap bulan nya, dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berwisata di Aceh tentu akan memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan daerah terkhusus bagi masyarakat yang mencari nafkah disekitar lokasi wisata.

Manulang (1990: 84), mengatakan bahwa pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian, diantaranya harus sesuai dengan kriteria seperti pusat kegiatan ekonomi yaitu perkantoran, perbankan, pertokoan, hiburan dan lain-lain.

Konsumen selalu ingin membeli produk atau jasa yang mudah dijangkau, dalam arti akses dan transportasi untuk keluar masuk kendaraan menuju lokasi objek wisata mudah dan cepat misalnya berada di dekat jalan raya atau berada di pusat kota.

Menurut Robert J. Kodoatie (2005), infrastruktur merupakan suatu sistem yang menunjang sistem sosial dan ekonomi yang secara sekaligus menjadi penghubung sistem lingkungan, dimana sistem ini bisa digunakan sebagai dasar dalam mengambil kebijakan.

Menurut Tjiptono (2004: 19) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Pada dasarnya fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk berkunjung ke tempat wisata.

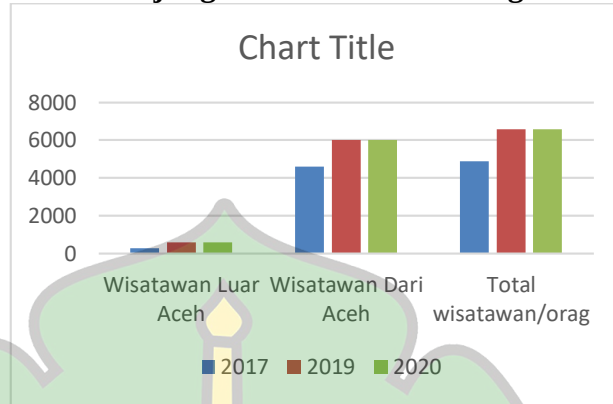
Menurut Lupiyoadi (2006) promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Promosi sangatlah penting dalam dunia pariwisata dimana dengan adanya promosi para wisatawan dapat mengetahui destinasi-destinasi yang baru dan dapat dikunjungi, terlebih pada Era saat ini promosi mudah dilakukan karena akses internet sebagian besar sudah menyebar dipelosok-pelosok.

Objek wisata Pulau Dua merupakan salah satu objek wisata bahari atau pantai laut yang terdapat di Aceh Selatan tepatnya di Kecamatan Bakongan Timur Gampong Ujong Pulo Rayeuk. dinamakan Pulau Dua karena objek wisata ini berupa dua pulau

yang terletak dikawasan Gampong Ujong Pulo Rayeuk. Untuk dapat sampai ke destinasi wisata bahari pulau dua, para wisatawan harus menaiki boat nelayan atau bisa juga menggunakan perahu mesin yang di bawa langsung oleh nelayan tersebut, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke Pulau Dua sekita 8 manit.

Keberadaan objek wisata Pulau Dua memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat. Keberadaan objek wisata yang dikelola oleh Gampong Ujong Pulo Rayeuk banyak memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Hal ini sebagaimana pernyataan Keuchik Gampong Ujong Pulo Rayeuk (Harlizar) ada nya peningkatan dari segi pendapatan setelah mereka bekerja di objek wisata Pulau Dua. Dari segi harga barang keberadaan objek wisata ini tidak membuat perubahan yang signifikan terhadap harga dan tarif yang terdapat di kawasan objek wisata maupun diluarnya. Selain itu, keberadaan objek wisata ini juga banyak mendistribusikan manfaat bagi masyarakat baik manfaat ekonomi dan sosial. Lebih dari itu keberadaan objek wisata ini juga berdampak pada pembangunan sarana dan prasarana di kawasan tersebut.

Gambar 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Bakongan Timur



Sumber : Dinas Pariwisata 2021

Pada gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa total jumlah pengunjung pada tahun 2017 mencapai 4875 orang dimana jumlah wisatawan luar Aceh 275 orang dan Wisatawan Dari Aceh 4600 orang, kemudian pada tahun 2019 dan 2020 jumlah pengunjung sebanyak 6575 orang dimana wisatawan luar Aceh mencapai 576 dan wisatawan dari Aceh berjumlah 6000 orang, dimana terjadi peningkatan jumlah wisatawan dari Aceh dan wisatawan luar Aceh dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan observasi awal jumlah wisatawan yang berkunjung di Bakongan Timur Tahun 2020 sebanyak 6575 orang. jumlah ini terhitung sejak bulan Januari sampai Oktober. Peningkatan pendapatan dalam usaha pariwisata ekonomi sangatlah penting, karena peningkatan pendapatan bagi masyarakat dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi dari ekonomi tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan masyarakat adalah melalui perkembangan pariwisata. Pulau Dua tersedia alat

transportasi untuk menyebrang dari dari ke pulau dua seperti board, perahu moto yang disewakan oleh nelayan. Kemudian di Pulau Dua juga sudah tersedia infrastruktur yang lengkap maka pariwisata nyaman dalam menikmati keindahan alam. Terdapat beberapa penelitian terkait yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata yaitu:

Menurut Farida Karim (2017). Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Marina memiliki potensi pariwisata yang sangat baik dan layak ditetapkan sebagai wisata unggulan daerah. Masyarakat di kabupaten Bantaeng telah terlibat dalam kegiatan pariwisata khususnya di kawasan Pantai Marina dan sudah mulai menyadari bahwa pariwisata dapat menjadi alternatif peningkatan perekonomian. Peran pemerintah dalam memajukan pariwisata dirasakan masyarakat sebagai langkah yang baik dalam menunjang program pengembangan ekonomi masyarakat.

Menurut Akhmad Abdillah (2016). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat sekitar khususnya masyarakat sekitar Taman Wisata Air Wendit. Dari aspek budaya terlihat masyarakat sekitar masih melestarikan kebudayaan Desa Magliawan. Sementara dari aspek ekonomi ada penyerapan tenaga kerja dari masyarakat desa Mangliawan, mendorong masyarakat sekitar untuk berwirausaha, serta meningkatkan pendapatan dari usaha yang dimiliki.

Menurut Elsa Devi (2019). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa Pengembangan pariwisata di Kota Bandar Lampung yaitu melalui program-program rehabsarana dan prasarana Batu Putu, pelestarian satwa objek wisata, pemeliharaan/rehab peninggalan sejarah, pemeliharaan dan pengembangan dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dengan mengembangkan potensi wisata di Kota Bandar Lampung dan hasilnya dapat Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung perspektif Ekonomi Islam. Pariwisata Kota Bandar Lampung berkontribusi dalam meningkatkan PAD yaitu melalui pajak hotel, pajak hiburan, dan pajak akomodasi. Dalam pandangan islam, sumber pendapatan melalui pajak sendiri belum ada ketentuan syar'i baik yang terdapat dalam al-Quran maupun hadits, yang mengatur pajak secara langsung.

Menurut Dedek Albasir (2019). Dari hasil Penelitian Pengembangan Objek Wisata Bukit Pongan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam di Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung. Pembangunan di sektor kepariwisataan ditingkatkan dengan cara mengembangkan dan mendayaguna sumber-sumber serta potensi kepariwisataan Nasional maupun daerah, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan terutama bagi masyarakat setempat.

Dari penjelasan di atas tentang pengembangan pariwisata terhadap pendapatan menunjukkan hasil yang berbeda-beda..

Sedangkan pada penelitian yang ingin penulis teliti menjelaskan langsung dampak apa saja yang dapat dipengaruhi oleh pengembangan sektor pariwisata, dengan ada nya penelitian ini maka akan memperkuat kajian pada penelitian sebelumnya. Berdasarkan latar belakang di atas dan didukung oleh penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang perkembangan pariwisata yang tertuang dalam judul **“Pengaruh Pengembangan Sektor Parawisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Setempat (Studi Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Lokasi pengembangan Sektor pariwisata Pulau Dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Sekitar ?
2. Bagaimana Pengaruh Infrastruktur pengembangan Sektor pariwisata Pulau Dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Sekitar ?
3. Bagaimana Pengaruh Promosi Pengembangan Sektor pariwisata Pulau Dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Sekitar ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya penelitian ini mempunyai tujuan antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi pengembangan Sektor pariwisata Pulau Dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Sekitar.
2. Untuk mengetahui pengaruh Infrastruktur pengembangan Sektor pariwisata Pulau Dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Sekitar.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi pengembangan Sektor pariwisata Pulau Dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Sekitar.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa manfaat yang diperoleh oleh beberapa pihak diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan pemikiran dalam upaya pengaruh pengembangan sektor pariwisata terhadap pendapatan masyarakat sekitar pulau dua Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Selain itu juga penelitian ini merupakan awal untuk memasuki dunia kerja.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis dan digunakan sebagai bahan perbandingan.

c. Bagi Intansi terkait

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah atau masyarakat sekitar kusus nya dalam penerapan pengembangan sektor parawisata dalam meningkatkan pendapatan masyarakat agar lebih baik lagi.

3. Manfaat Kebijakan

Agar pemerintah setempat atau masyarakat sekitar Bakongan Timur dapat melihat pengaruh pengembangan parawisata untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dari sektor parawisata yang berada di Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Memuat uraian mengenai landasan teori yang terkait dengan tema skripsi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta justifikasinya, jenis penelitian, lokasi, populasi, metode pengumpulan data, serta analisis penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil penelitian, klasifikasi pembahasan sesuai dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang berhubungan dengan masalah penelitian. Saran adalah rumusan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu :

1. Harus bersifat sementara, artinya tidak menetap.
2. Harus bersifat sukarela, artinya kesadaran minat sendiri bukan karena dipaksa.
3. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah atau bayaran. (Mariyani,2015).

Kesimpulannya pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya. Dengan maksud bukan untuk tinggal menetap dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah. (Soebagio,2012)

Pariwisata adalah melakukan perjalanan dengan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olah- raga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain. Pengertian objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang 9 Tahun 1990 yang menjadi sasaran perjalanan wisata adalah :

1. Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti: pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan Tumbuhan hutan tropis,serta binatang-binatang langka.
2. Karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purba, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata argo (pertanian), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, dan tempat- tempat ibadah, tempat-tempat ziarah dan lain-lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Jadi pariwisata meliputi:
 - 1) Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata
 - 2) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti : Kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat dan yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya
 - 3) Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata

Banyaknya kunjungan wisatawan ke obyek wisata diharapkan dapat mempengaruhi jumlah wisatawan yang menggunakan jasa hotel atau penginapan, restoran dan angkutan, mengunjungi sentra kerajinan serta tempat rekreasi atau hiburan. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada wisatawan yang datang akan memberikan kenyamanan, kepuasan dan kesan yang baik terhadap tempat wisata tersebut sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke tempat tersebut.

Secara terminologi pariwisata berasal dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau berpergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling. Menurut Undang-Undang No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha terkait di bidang ini. Sedangkan pariwisata menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 berbagai macam kegiatan wisata didukung fasilitas sertalayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata adalah suatu bidang industri yang dapat menarik seseorang untuk berkunjung ke suatu daerah wisata yang menjadi sasaran wisata karena adanya daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang pariwisata tersebut, serta keseluruhan fenomena alam dan buatan manusia

dimanfaatkan untuk kepentingan wisatawan, yaitu memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata. (Isdarmanto, 2017)

2.1.1 Dasar - Dasar Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan bersifat dinamis yang melibatkan banyak manusia baik secara individu maupun kelompok serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Beberapa istilah kepariwisataan dijabarkan supaya orang menjadi terbiasa. Tujuan perjalanan juga akan dikupas sehingga perbedaan wisatawan vakansi dan wisatawan bisnis perlu dijelaskan berikut dengan ciri-ciri yang membedakannya. Masing-masing wisatawan memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda sehingga penanganan pelayanan serta fasilitas serta sarana prasarananya pun perlu pendekatan yang khusus. (Isdarmanto, 2017)

Sedangkan Konsep dan definisi tentang pariwisata, wisatawan serta klasifikasinya perlu ditetapkan dikarenakan sifatnya yang dinamis. Dalam kepariwisataan, menurut Leiper dalam Cooper et.al (1998:5) terdapat tiga elemen utama yang menjadikan kegiatan tersebut bisa terjadi. Kegiatan wisata terdiri atas beberapa komponen utama yaitu : (Isdarmanto, 2017)

1. Wisatawan (Tourist)

Wisatawan adalah aktor pelaku dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa-

masa di dalam proses menikmati kehidupan dalam perjalanan mereka.

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan baik secara individu maupun kelompok sejauh minimal 80 km dalam waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan untuk mencari kesenangan/rekreasi di objek/destinasi wisata.

- a. Wisatawan Domestik
- b. Wisatawan Asing
- c. Domestic Foreign Tourist
- d. Indigenous Tourist
- e. Transit Tourist
- f. Business Tourist

2. Elemen geografi

Pergerakan wisatawan yang berlangsung pada tiga area geografi, seperti berikut ini. (Isdarmanto, 2017)

- a. Daerah Asal Wisatawan (DAW) Daerah tempat asal wisatawan berada, tempat ketika melakukan aktivitas keseharian, seperti bekerja, belajar, tidur dan kebutuhan dasar lain. Rutinitas itu sebagai pendorong untuk memotivasi seseorang berwisata. Dari DAW, seseorang dapat mencari informasi tentang obyek dan daya tarik wisata yang diminati, membuat pemesanan dan berangkat menuju daerah tujuan.
- b. Daerah Transit (DT) Tidak seluruh wisatawan harus berhenti di daerah itu. Namun, seluruh wisatawan pasti

akan melalui daerah tersebut sehingga peranan DT pun penting. Seringkali terjadi, perjalanan wisata berakhir di daerah transit, bukan di daerah tujuan. Hal inilah yang membuat negara-negara seperti Singapura dan Hong Kong berupaya menjadikan daerahnya multifungsi, yakni sebagai Daerah Transit dan Daerah Tujuan Wisata.

- c. Daerah Tujuan Wisata Daerah ini sering dikatakan sebagai sharp end (ujung tombak) nya pariwisata. Di DTW ini dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga dibutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat. Untuk menarik wisatawan, DTW merupakan pemacu keseluruhan sistem pariwisata dan menciptakan permintaan untuk perjalanan dari DAW. DTW juga merupakan *raison d'être* atau alasan utama (DTW) yakni perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan.

3. Industri pariwisata

Elemen ketiga dalam sistem pariwisata adalah industri pariwisata. Industri yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Industri yang merupakan unit-unit usaha atau bisnis di dalam kepariwisataan dan tersebar di ketiga area geografi tersebut. Sebagai contoh, biro perjalanan wisata bisa ditemukan di daerah asal wisatawan, Penerbangan bisa ditemukan baik di daerah asal wisatawan maupun di daerah transit, dan akomodasi bisa ditemukan di

daerah tujuan wisata. Pariwisata merupakan gejala dari pergerakan manusia secara temporer dan spontan di dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Gejala gejala tersebut mendorong dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan dalam bidang konsumsi dan produksi barang dan jasa-jasa yang diperlukan oleh wisatawan. (Isdarmanto, 2017)

Pengertian lain Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa :

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin tersebut diatas yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara

- wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha.
- e. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
 - f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
 - g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan /atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

2.1.2 Industri Pariwisata

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (Undang Undang Pariwisata no 10 tahun 2009)

2.1.3 Aspek kepariwisataan

Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (Yoeti, 1997). Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. *“Tourism is an integrated system and can be viewed in terms of demand and*

supply. The demand is made up of domestic and international tourist market. The supply is comprised of transportations, tourist attractions and activities, tourist facilities, services and related infrastructure, and information and promotion. Visitors are defined as tourist and the remainder as same-day visitors". (Isdarmanto, 2017)

Definisi tersebut menunjukkan bahwa kepariwisataan memiliki arti keterpaduan yang di satu sisi diperani oleh faktor permintaan dan faktor ketersediaan. Faktor permintaan terkait oleh permintaan pasar wisatawan domestik dan mancanegara. Sedangkan faktor ketersediaan dipengaruhi oleh transportasi, atraksi wisata dan aktifitasnya, fasilitas-fasilitas, pelayanan dan prasarana terkait serta informasi dan promosi.(Isdarmanto, 2017)

Industri pariwisata harus menerapkan konsep dan peraturan serta panduan yang berlaku dalam pengembangan pariwisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya bermuara pada pemberian manfaat ekonomi bagi industri pariwisata dan masyarakat lokal. Industri-industri pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan pariwisata adalah: biro perjalanan wisata, hotel dan restoran. Selain itu juga didukung oleh industri-industri pendukung pariwisata lainnya. (Isdarmanto, 2017)

2.1.4 Unsur-unsur pariwisata

Pada dasarnya bagian-bagian dari gejala pariwisata terdiri dari tiga unsur : (Isdarmanto, 2017)

1. Manusia (unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata)
2. Tempat (unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri)
3. Waktu (unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri selama berdiam ditempat tujuan).

Faktor khas pada umumnya berkaitan dengan maksud bepergian, sifat sementara bepergian tersebut, penggunaan fasilitas wisata, dan yang dianggap paling penting yaitu faktor kenikmatan dan perasaan yang rileks berekreasi. Kita akui kedua faktor terakhir ini bukanlah faktor kepariwisataan yang mutlak (*sinequa non*) karena orang yang berpariwisata bisnis (misalnya pelajar) haruslah pula mereka itu tetap dianggap sebagai wisatawan, meskipun dalam beberapa hal kaidah kenikmatan dan rekreasi bukanlah tujuan utama kepergian mereka.

Sisi lain pariwisata hendaknya dilihat dari sudut pandangan negara penerima wisatawan. Didalam konteks ini pariwisata hendaknya dipandang sebagai suatu industri yang turut memberi andil dalam pembangunan sosial ekonomi, baik negara itu sudah maju atau sedang berkembang.

Istilah industri pariwisata mungkin terasa sebagai sebutan yang agak aneh bagi mereka yang selama ini menganut batasan pengertian industri klasik, yang senantiasa berarti suatu proses dengan maksud untuk meningkatkan kekayaan. Struktur industri dapat berbeda menurut hakikat hasil produksinya dan pasaran tempat hasil produksi itu dijual. Juga struktur industri yang

dibedakan berdasarkan bahan baku yang dipergunakan dan kondisi tempat bahan itu diolah.

Unsur-unsur Pariwisata yang mutlak sangat menentukan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah unsur pengelolaan dari : (Isdarmanto, 2017)

1. Daya Tarik Wisata (Attractions)

Kegiatan wisata ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata, merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Dengan demikian, faktor daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang membentuk dan menentukan suatu daerah menjadi destinasi pariwisata.

Setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Di bawah ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata :

- a. Daya tarik wisata alam (natural tourist attractions), segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan
- b. Daya tarik wisata buatan manusia (man-made tourist attractions), meliputi: Daya tarik wisata budaya (cultural

tourist attractions), misalnya: tarian, wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya: bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis.

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal demikian terlebih terjadi di destinasi pariwisata yang memilki sangat beragam dan bervariasi daya tarik wisata, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill dalam buku “Tourism: The International Business” (1990): “*Attractions draw people to a destination*”.

Attraction atau atraksi adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Seharusnya sebuah atraksi harus mempunyai nilai diferensiasi yang tinggi. Unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain.

2. Fasilitas dan Jasa Pelayanan Wisata (*Amenities*)

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenitas yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan *rest area*.

3. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (*Accessibility*)

Suatu perjalanan wisata, terdapat pula faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi *budget* perjalanan mereka tersebut. *Accessibility* atau aksesibilitas adalah sarana dan

infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi *individual tourist*, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan *travel agent*, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik.

Aksesibilitas adalah sarana yang memberi kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai tujuan. Pengertian aksesibilitas tidak terbatas pada alat angkutan (transportasi) yang dapat membawa wisatawan dari tempat asalnya ke tempat dan kembali ketempat asalnya, tetapi juga meliputi semua aspek yang memperlancar dalam melakukan perjalanan.

Dilihat dari pemakainya, alat angkutan dapat dibedakan ke dalam dua kelompok, yaitu : (Isdarmanto, 2017)

- a. Angkutan yang dapat digunakan untuk penumpang umum maupun wisatawan

- b. Angkutan yang khusus digunakan untuk wisatawan.

Menurut jenisnya angkutan dapat dibedakan ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Angkutan darat (Kereta Api; Bus; Angkot; Becak; Andong/Delman. dsb)

- b. Angkutan udara :

Penerbangan dapat dibedakan menjadi :

- 1) *Schedul airlines* : yaitu penerbangan yang berjadwal, dengan tarif, rute dan frekuensi yang tetap.
 - 2) *Charter flight* : yaitu penerbangan yang beroperasi baik secara jadwal, maupun tidak, juga dapat melakukan penerbangan berdasarkan permintaan.
 - 3) *Inclusive tour atau paid up air trip* : yaitu perjalanan dimana ongkos angkutan penerbangannya sudah termasuk biaya untuk akomodasi dan biaya-biaya lain yang diperlukan selama melakukan perjalanan wisata
- c. Angkutan laut : (Kapal Ferry; Tongkang; Speed Boat; Cruiseship)

5. Keramah tamahan (*ancilliary=Hospitality*)

Keramahtamahan berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenitas yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan

mengurus maka ke depannya pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah destinasi akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Mengelola destinasi sehingga bisa memberikan keuntungan kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, wisatawan, lingkungan dan para stakeholder lainnya. Destinasi wisata dapat menyebabkan munculnya perasaan wisatawan terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan keramahtamahan melalui seseorang atau sesuatu, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill: *“The hospitality of an area is the general feeling of welcome that tourists receive while visiting the area. People do not want to go where they do not feel welcome”* (Mill, 1990). Dengan demikian aspek hospitality keramah tamahan ini adalah sangat penting yang memberikan kesan dan kenangan kepuasan bagi wisatawan dan dapat menciptakan citra positif sebagai pengembangan pemasaran *“words of mouth”* (gethok tular = Jawa) yang merupakan aspek pemasaran yang paling unggul saat ini.

2.1.5 Bentuk Pariwisata

Pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata ini dapat diklasifikasikan bentuknya ke dalam beberapa kategori berikut ini: (Isdarmanto, 2017)

1. Menurut asal wisatawan

Dilihat dari asal wisatawan, apakah asal wisata itu dari dalam atau luar negeri. Jika dalam negara berarti bahwa

sang wisatawan ini hanya pindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya (pariwisata domestik), sedangkan jika ia datang dari luar negeri dinamakan pariwisata Internasional.

2. Akibatnya terhadap neraca pembayaran adalah menghasilkan devisa. Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing, dan pemasukan valuta asing itu berarti memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri, type pariwisata yang dikunjungi wisatawan ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warga negara keluar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya ini dinamakan pariwisata pasif. (Orang Indonesia yang berwisata belanja ke Singapore).
3. Menurut jangka waktu, kedatangan seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang berlaku oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksud.
4. Menurut jumlah wisatawan Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlahnya wisatawan yang datang, apakah sang wisatawan datang sendiri atau dalam suatu rombongan. Maka timbullah istilah pariwisata tunggal dan rombongan.

5. Menurut alat angkut yang dipergunakan Dilihat dari segi penggunaan alat pengangkutan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka katagori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api atau mobil.

Sedangkan menurut lokasi kawasan obyek wisata bisa bervariasi seperti: pedesaan (village/ Resort Tourism); Mountain Tourism; Geopark/ wisata Gua (Cave Tourism); dan kawasan sungai, danau, dan pantai (Marine Tourim)

2.1.6 Macam-macam jenis sarana wisata

Menurut PP no 24 th 1979: Pemerintah pusat memberikan kepada daerah tingkat I mengenai urusan pariwisata (sebanyak 12 urusan). yang semula dikelola oleh pusat diserahkan kepada pemerintah daerah. Urusan tersebut adalah: (Isdarmanto, 2017)

1. Obyek Wisata (selama tidak ditanda tangani oleh pemerintah pusat).
2. Losmen (Hotel Melati).
3. Rumah makan
4. Bar /Café/ Barista
5. Pramuwisata/ Guide
6. Rekreasi dan hiburan
7. Kawasan Wisata (*Tourism Resort*).
8. Mandala wisata
9. Pondok wisata

10. Penginapan remaja (*Youth Hostel*)
11. Bumi Perkemahan (*Camping Ground*)
12. Promosi Daerah melalui pemasaran branding, media social, network

Sedangkan yang menjadi urusan pemerintah pusat adalah:

1. Hotel Bintang (Stars Hotel)
2. Biro Perjalanan Wisata (Travel Agent)
3. Pramuwisata khusus Kraton Palace
4. Restoran
5. Wisata Tirta (Kantor wilayah Pariwisata adalah merupakan wakil pemerintah di daerah).

Dengan demikian garis besarnya pariwisata adalah seluruh kegiatan perjalanan/sebagian perjalanan yang dilakukan dengan sukarela, bersifat sementara, untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata tertentu dan tidak menetap. Sedangkan pelakunya disebut: wisatawan (tourist). Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi non migas yang sangat berperan dalam peningkatan struktur ekonomi dan proses pembangunan negara. Hal ini sangat berkaitan dengan pendapatan atau devisa negara serta pendapatan penduduk disekitar objek wisata. Secara khusus manfaat pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesempatan berusaha bagi penduduk area masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata.

- b. Sektor pariwisata dapat menyerap tenaga kerja yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan penduduk.
- c. Pendapatan negara meningkat berupa pajak baik dari para wisatawan yang datang maupun pajak dari fasilitas sosial di daerah objek wisata, serta keuntungan dari pertukaran mata uang asing dengan mata uang Indonesia untuk keperluan para wisatawan.
- d. Terpeliharanya kelestarian lingkungan hidup dan kebudayaan nasional. Dengan adanya pariwisata, masyarakat senantiasa menjaga keutuhan dan kelestarian objek wisata, baik objek wisata: keindahan alam, bangunan-bangunan tradisional masyarakat.

2.1.7 Macam jenis kegiatan wisata

Tujuan pariwisata tidak hanya untuk berlibur atau rekreasi, melainkan berhubungan kegiatan olah raga, bisnis pekerjaan, dan tujuan pendidikan. Berdasarkan batasan tersebut, secara umum sektor pariwisata dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut. (Isdarmanto, 2017)

1. Darmawisata, yaitu berbagai jenis pariwisata yang bertujuan untuk mencari kesenangan yang biasa berhubungan dengan:

- a. Menikmati perjalanan, seperti mendaki gunung, menjelajah rimba (cross country), dan napak tilas.
 - b. Rekreasi, misalnya kunjungan ke objek wisata taman-taman wisata, pantai, gunung, dan danau.
 - c. Wisata budaya, misalnya kunjungan ke objek candi, keraton, upacara keagamaan area upacara tradisi setempat, dan kesenian daerah;
2. Widyawisata yaitu jenis pariwisata yang bertujuan memperdalam ilmu pengetahuan, baik untuk belajar misalnya kunjungan ke museum, Taman Mini untuk mempelajari budaya Indonesia, planetarium, ataupun untuk tujuan penelitian, misalnya meneliti keanekaragaman terumbu karang di Taman Bunaken.
 3. Karyawisata yaitu jenis pariwisata yang berhubungan dengan tugas pekerjaan, misalnya pariwisata sambil menghadiri tugas dari tempat pekerjaan (rapat, seminar), atau pariwisata sambil berdagang (niaga).

2.2 Pengertian Pengembangan Pariwisata

Menurut Noer (2011) Aspek Perencanaan Pengembangan obyek wisata alam mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan ruang (tata ruang wilayah), standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi lintas sektoral, pendanaan, dan sistem informasi obyek wisata alam.

1. Aspek Kelembagaan meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas institusi, sebagai mekanisme yang dapat mengatur

berbagai kepentingan, secara operasional merupakan organisasi dengan SDM dan peraturan yang sesuai dan memiliki efisiensi tinggi.

2. Aspek Sarana dan Prasarana yang memiliki dua sisi kepentingan, yaitu (1) alat memenuhi kebutuhan pariwisata alam, (2) sebagai pengendalian dalam rangka memelihara keseimbangan lingkungan, pembangunan sarana dan prasarana dapat meningkatkan daya dukung sehingga upaya pemanfaatan dapat dilakukan secara optimal.
3. Aspek Pengelolaan, yaitu dengan mengembangkan profesionalisme dan pola pengelolaan obyek wisata alam yang siap mendukung kegiatan pariwisata alam dan mampu memanfaatkan potensi obyek wisata alam secara lestari.
4. Aspek Pengusahaan yang memberi kesempatan dan mengatur pemanfaatan obyek wisata alam untuk tujuan pariwisata yang bersifat komersial kepada pihak ketiga dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat.
5. Aspek Pemasaran dengan mempergunakan teknologi tinggi dan bekerja sama dengan berbagai pihak baik dalam negeri maupun luar negeri.
6. Aspek Peran Serta Masyarakat melalui kesempatan-kesempatan usaha sehingga ikut membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
7. Aspek Penelitian dan Pengembangan yang meliputi aspek fisik lingkungan, dan sosial ekonomi dari obyek wisata alam. Diharapkan nantinya mampu menyediakan informasi

bagi pengembangan dan pembangunan kawasan, kebijaksanaan dan arahan pemanfaatan obyek wisata alam.

Kegiatan dalam mengembangkan obyek wisata perlu segera dilaksanakan inventarisasi terhadap potensi nasional obyek wisata alam secara bertahap sesuai prioritas dengan memperhatikan nilai keunggulan saing dan keunggulan banding, kekhasan obyek, kebijaksanaan pengembangan serta ketersediaan dana dan tenaga. Potensi daerah obyek wisata alam yang sudah ditemukan segera diinformasikan dan dipromosikan kepada calon penanam modal. Perlu dikembangkan sistem kemitraan dengan pihak swasta, lembaga swadaya masyarakat yang ada, dalam rangka mendukung optimalisasi pengembangan obyek wisata alam. Peranan pemerintah daerah dalam pengembangan obyek wisata alam sangat penting, dengan melaksanakan koordinasi, perencanaan, pelaksanaan serta monitoring pengembangan obyek wisata alam.

Menurut Hengky Hermanto (2011) Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya, keberagaman budaya, seni dan alam (potensi alam). Perkembangan pariwisata yang pesat ini didorong pula oleh terwujudnya peningkatan kehidupan sosial ekonomi masyarakat yang didukung kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi transportasi telah menyebabkan perjalanan menjadi semakin cepat dan murah terutama dengan berkembangnya penerbangan murah (low cost carrier). Informasi destinasi pun semakin mudah didapat melalui kemajuan teknologi

informasi internet, demikian pula dengan pemesanan transportasi dan akomodasi secara online.

Pengembangan pariwisata harus dapat diperlakukan secara arif untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat lokal sebagai pemilik sumber daya tersebut. Pengembangan pariwisata juga berdimensi jangka panjang, karena pengembangan pariwisata yang tidak terencana justru dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan dan sosial masyarakat lokal, yang akan menghancurkan kehidupan jangka panjang bagi masyarakat dan keberlangsungan usaha dari pelaku usaha itu sendiri.

Bagi suatu daerah yang ingin membangun industri pariwisata, maka harus memperhatikan dasasila pariwisata sebagai landasan perhitungan bagi perencanaan, sehingga industri pariwisata dapat memberi hasil yang maksimal bagi pengembangan daerah yang bersangkutan. Pengembangan pariwisata tentu tidak dengan pembangunan berkelanjutan untuk mendorong pengembangan objek wisata. Dalam hal ini menurut Undang-Undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan pasal (5) menyatakan bahwa pembangunan objek wisata dan daya tarik wisata (ODTW) dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata, kemudian pasal (6) dinyatakan bahwa:

- a. Kemampuan untuk mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya.
- b. Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat.

- c. Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup.
- d. Kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri.

Menurut Yoeti (2001 : 177), hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi tiga syarat yaitu :

- a. Daerah itu harus mempunyai “*something to see*” yaitu harus mempunyai obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
- b. Di daerah tersebut harus mempunyai “*something to do*” di tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, dan harus banyak disediakan fasilitas rekreasi atau amusements yang dapat membuat mereka betah di tempat itu.
- c. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan “*something to buy*”, di tempat tersebut harus tersedia souvenir dan kerajinan rakyat sebagian oleh-oleh atau souvenir untuk dibawa pulang ketempat asal masing-masing. Selain itu juga harus ada sarana-sarana lain, seperti money charge, bank, kantor pos, kantor telpon, dan lain sebagainya.

Selanjutnya, Pendit (2003 : 25), menyebutkan bahwa terdapat sepuluh unsur pokok dalam industri pariwisata. Pengembangan Industri pariwisata di suatu negara atau daerah tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak memiliki unsur – unsur berikut ini :

- a. Politik dan Kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Setempat Unsur yang pertama ini terkait dengan peran pemerintah dalam rangka mengelola potensi pariwisata di daerahnya. Melalui Politik dan Kebijakan yang dikeluarkannya, pemerintah dapat mempengaruhi keberlangsungan industri pariwisata di daerahnya. Pemerintah dapat meningkatkan kualitas pariwisata di daerahnya atau justru menenggelamkan potensi pariwisata yang ada melalui kebijakannya.
- b. Perasaan Ingin Tahu Pada awalnya hakikat paling utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang terdalam, yang seba ingin tahu segala sesuatu selama hidup di dunia. Manusia ingin tahu segala sesuatu di dalam dan diluar lingkungannya, mereka ingin tahu tentang kebudayaan di negara asing, cara hidup dan adat istiadat negeri antah berantah, udara dan hawa udara yang berbeda beda di berbagai negeri, keindahan dan keajaiban alam dengan bukit, gunung, lembah serta pantainya, dan berbagai hal yang tidak ada dalam lingkungan sendiri.
- c. Sifat Ramah Tamah Sifat ramah tamah rakyat Indonesia ini merupakan salah satu “modal potensial” yang besar dalam bidang pariwisata, disamping keindahan alam dan atraksi yang menarik, sifat ramah tamah ini juga merupakan investasi tak nyata dalam arti kata sesungguhnya pada industri pariwisata karena merupakan daya tarik sendiri.

- d. Jarak dan Waktu (Aksesibilitas) Yang harus diperhatikan oleh stakeholder yang berkompeten didalam indsturi pariwisata dewasa ini adalah tentang waktu dan jarak tempuh yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk mencapai objek wisata.
- e. Atraksi Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut atraksi, atau umumnya disebut objek wisata, baik yang biasa berlangsung tiap harinya serta yang khusus diadakan pada waktu tertentu di Indonesia sangat banyak.
- f. Akomodasi merupakan rumah sementara bagi sang wisatawan sejauh atau sepanjang perjalanannya membutuhkan serta mengharapkan kenyamanan, keenakan, pelayanan yang baik, kebersihan sanitasi yang menjamin kesehatan, serta hal-hal kebutuhan hidup sehari hari yang layak dalam pergaulan dunia Internasional
- g. Pengangkutan (*Courier*). Faktor pengangkutan dalam dunia pariwisata membutuhkan syarat tertentu, antara lainjalan yang baik, lalu lintas lancar,alat angkutan yang cepat disertai dengan syarat secukupnya dalam bahasa asing yang umum dipergunakan oleh pergaulan dunia Internasional.
- h. Harga-Harga di tempat atau di negara mana harga barang atau ongkos perjalan yang lebih murah dan lebih baik, sudah tentu wisatawanakan memilihnya.
- i. Publisitas dan promosi yang dimaksud disini adalah propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana

atau program secara teratur dan berkelanjutan baik kedalam Publisitas dan promosi ini ditujukan pada masyarakat dalam negerisendiri dengan maksud dan tujuan menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga Industri Pariwisata di negeri ini memperoleh dukungannya ke luar, publisitas dan promosi ini ditujukan pada dunia luar dimana kampanye penerangan benar-benar mengandung berbagai fasilitas-fasilitas dan atraksi yang unik dan menarik terhadap wisatawan. Dalam hal ini Indonesi hendaknya dapat mengedepankan fasilitas yang unik dan memenuhi standar dunia industri pariwisata sertamenyajikan atraksi menarik yang beda dari tempat lain.

- j. Kesempatan berbelanja atau lazim pula dikatakan shopping adalah kesempatan untuk membeli barang, ole-oleh, atau souvenir untuk dibawa pulang ke rumah atau ke negaranya.

2.2.1 Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Pariwisata

Dalam pengembangan objek pariwisata dalam meningkatkan ekonomi lokal terdapat faktor pendukung dan penghambat, dimana kedua faktor tersebut menunjukkan apa saja yang mendukung dalam pengembangan objek wisata tersebut sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar, sehingga apa saja yang menjadi penghalang dalam pengembangan objek pariwisata dalam sektor ekonomi masyarakat bisa menurun.

a. Faktor Pendukung

1) Faktor Lokasi

Lokasi obyek wisata Puncak Mas cukup dekat dengan pusat kota Bandar Lampung. Hanya memerlukan waktu tempuh sekitar 30 menit untuk menuju lokasi obyek wisata ini.

2) Faktor Promosi Pariwisata

Berdasarkan pengamatan di lapangan daya tarik obyek wisata Puncak Mas yang utama adalah fenomena alam dan didukung dengan daya tarik tambahan yaitu adanya arena bermain anak, dan adanya fasilitas tempat-tempat untuk berteduh (gazebo) bagi para pengunjung. Promosi yang dilakukan pihak Puncak Mas dilakukan dengan cara mempromosikan melalui media sosial untuk memperkenalkan obyek wisata yang satu ini dengan lebih mudah.

3) Faktor Aksesibilitas

Angkutan menuju obyek wisata dan kondisi jalan sangat erat kaitannya dengan keterjangkauan atau kemudahan para wisatawan untuk mencapai lokasi obyek wisata. Suatu obyek wisata tidak akan dikunjungi apabila aksesibilitas menuju obyek wisata tersebut sulit di jangkau. Selain hal tersebut aksesibilitas lainnya yang di butuhkan bagi wisatawan berkunjung seperti komunikasi, jaringan untuk berkomunikasi sudah bisa digunakan dengan lancar di sekitar obyek wisata sehingga 40 pengunjung tidak merasa kesulitan dalam berkomunikasi ke luar daerah obyek wisata.

4) Faktor Infrastruktur

Infrastruktur merupakan sarana pendukung aktivitas kepariwisataan. Infrastruktur meliputi pembangunan jalan, penyediaan saluran air serta penerangan listrik. Dari hasil penelitian dilapangan ditemukan jalan menuju lokasi obyek wisata dari pusat Kota Bandar Lampung menuju obyek wisata sudah beraspal. Sarana pendukung lainnya seperti penerangan listrik dan penyediaan saluran air sudah memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata.

5) Faktor Akomodasi

Akomodasi merupakan penyediaan jasa dalam bentuk hotel dan penginapan serta menyajikan fasilitas lainnya yang bersifat komersil, seperti rumah makan dan lain sebagainya.

- 1) Keramahan penduduk yang tinggal di sekitar objek wisata.
- 2) Keamanan dan kenyamanan para wisatawan senantiasa terjaga.

b. Faktor Penghambat

- 1) Potensi yang belum dikembangkan sepenuhnya Potensi yang besar dan tersebar di Indonesia hingga saat ini belum dikembangkan sepenuhnya. Hal ini disebabkan masih terbatasnya jangkauan dan kemampuan pengelolaan wisata. Permasalah lain yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata yakni belum siapnya jaringan transportasi ke lokasi dan belum memadainya fasilitas di tempat tujuan.
- 2) Promosi dan Pemasaran yang masih Terbatas hingga saat ini usaha untuk memperkenalkan potensi wisata Indonesia kepada wisatawan domestik ataupun mancanegara masih terbatas.

Indonesai belum mampu menyediakan dana yang cukup besar untuk promosi maupun informasi kepariwisataan. Apabila dibandingkan dengan Negara ASEAN lain, dana promosi pariwisata di Negara kita ternyata masih relative rendah. Selain dana promosi, saran promosi juga masih kurang. Usaha yang perlu dilakukan untuk permasalahan ini adalah dengan memanfaatkan jalur-jalur promosi yang memungkinkan. Jalur promosi tersebut dapat berupa kerjasama dengan biro perjalanan pariwisata internasional, lembaga pariwisata pemerintah, penggunaan media audio visual, media cetak dan lain-lain.

3) Kurangnya kesadaran pengunjung terhadap lingkungan. Pengunjung obyek wisata berasal dari berbagai usia dan kalangan yang mempunyai tingkah laku berbeda. Sebagian pengunjung memang telah memiliki kesadaran untuk menjadi pengunjung yang baik. Namun, tidak dapat dipungkiri ada juga pengunjung yang kesadaran akan lingkungannya masih kurang.

4) Koordinasi yang kurang berkembang Sebagian besar wisata yang ada saat ini di kelola oleh instansi pemerintah dengan dana dan personalia yang terbatas. Padahal pengembangan wisata menyangkut berbagai instansi yang terait baik swasta maupun pemerintah. Untuk itu, diperlukan adanya koordinasi dari semua pihak yang terkait. Kurangnya koordinasi antar instansi yang bertanggung jawab mengelola sering kali mengakibatkan perkembangan wisata tidak sesuai dengan konsep yang seharusnya.

5) Belum ada peraturan yang lengkap Peraturan dan tata cara pengusahaan wisata hingga saat ini belum digarap secara utuh.

Parturan untuk pembuatan wisata belum tertuang secara teknis, mengingat obyek ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan secara lebih luas perlu kiranya dibuat pedoman sebagai acuan yang digunakan semua pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan wisata.

2.3 Pendapatan

Pertumbuhan kebutuhan dasar (basic needs) manusia seperti pangan, sandang dan perumahan sangat ditentukan oleh besar kecilnya pendapatan yang diperoleh dari seorang individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya.

2.3.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006).

Pendapatan adalah balas jasa yang diterima seseorang atas keterlibatannya dalam proses produksi barang atau jasa. Pendapatan yang diperoleh tidak dari kerja adalah pendapatan bunga uang, pendapatan dari persewaan, pendapatan dari usaha yang dijalankan orang lain, dan pemberian orang lain. Menurut Samuelson dan Nordhaus, pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh rumah tangga dalam kurun waktu tertentu.

Mankiw (2012) menyebutkan bahwa pendapatan dirumuskan sebagai hasil perkalian antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit. Apabila dirumuskan secara matematis maka hasilnya adalah: $TR = P \times Q$

Dimana:

TR = total *revenue*

P = *price*

Q = *Quantity*

Pendapatan penjual diperoleh dari seberapa banyak jumlah barang yang terjual dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar adalah pendapatan yang diterima atas jumlah barang yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang tersebut menurut jenis-jenis dagangannya.

b. Jenis-Jenis Pendapatan

Rahardja dan Manurung (2001) membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu:

- 1) Pendapatan ekonomi Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.
- 2) Pendapatan uang Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

2.3.2 Faktor –faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman maka makin tinggi pula tingkat pendapatannya, kemudian juga tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainnya. Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan tinggi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi dibatasi oleh beberapa faktor tersebut (Nazir,2010).

Menurut ArfidaBR (2003: 157-159) berbagai tingkat upah atau pendapatan terkait dalam struktur tertentu yaitu:

- 1) Sektoral Struktur upah sektoral mendasarkan diri pada kenyataan bahwa kemampuan satu sektor berbeda dengan yang lain. Perbedaan karena alasan kemampuan usaha perusahaan. Kemampuan finansial perusahaan ditopang oleh nilai produk pasar.
- 2) Jenis jabatan Dalam batas-batas tertentu jenis-jenis jabatan sudah mencerminkan jenjang organisatoris atau keterampilan. Perbedaan upah karena jenis jabatan merupakan perbedaan formal.
- 3) Geografis Perbedaan upah lain mungkin disebabkan karena letak geografis pekerjaan. Kota besar cenderung

memberikan upah yang lebih tinggi dari pada kota kecil atau pedesaan.

- 4) Keterampilan Perbedaan upah yang disebabkan keterampilan adalah jenis perbedaan yang paling mudah dipahami. Biasanya jenjang keterampilan sejalan dengan jenjang berat-ringannya pekerjaan.

2.3.3 Sumber Pendapatan

Menurut Rusdin (2010) Pendapatan merupakan total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Berikut tiga sumber penerimaan rumah tangga, yaitu:

- a. Pendapatan dari gaji dan upah Gaji dan upah adalah balas jasa terhadap kesediaan menjadi tenaga kerja. Besar gaji atau upah seseorang secara teoritis sangat bergantung dari produktivitasnya, yaitu sebagai berikut:
 - 1) Keahlian (Skill) Keahlian adalah kemampuanteknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang dipercayakan. Makin tinggi jabatan seseorang, keahlian yang dibutuhkan semakin tinggi, karena itu gaji dan upahnya makin tinggi.
 - 2) Mutu modal manusia (Human capital) Mutu modal manusia ada lah kapasitas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, baik karena bakat bawaan (inbord) maupun hasil pendidikan dan latihan.
 - 3) Kondisi kerja (Working conditions) Kondisi kerja adalah lingkungan dimana seseorang bekerja. Penuh resiko atau

tidak. Kondisi kerja dianggap makin berat, bila resiko kegagalan atau kecelakaan kerja makin tinggi. Untuk pekerjaan yang makin beresiko tinggi, upah atau gaji makin besar, walaupun tingkat keahlian yang dibutuhkan tidak jauh berbeda

- b. Pendapatan dari aset produktif Aset produktif adalah aset yang memberikan pemasukan atas balas jasa penggunaannya. Ada dua kelompok aset produktif, yaitu:
 1. Aset finansial, seperti deposito yang menghasilkan pendapatan saham yang mendapatkan deviden dan keuntungan atas modal bila diperjualbelikan.
 2. Aset bukan finansial, seperti rumah yang memberikan penghasilan sewa.
- c. Pendapatan dari pemerintahan Pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa atau input yang diberikan. Negara-negara yang telah maju, penerimaan transfer diberikan, dalam bentuk tunjangan penghasilan bagi para pengangguran, jaminan sosial bagi orang-orang miskin dan berpendapatan rendah.

Dalam bukunya Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, Al Ghazali menyatakan bahwa pendapatan dan kekayaan seseorang berasal dari tiga sumber yaitu:

- a. Pendapatan melalui tenaga individu
- b. Laba perdagangan
- c. Pendapatan dari nasib baik

Contoh dari ketiga sumber pendapatan tersebut adalah pendapatan melalui warisan, menemukan harta terpendam, atau mendapat hadiah. Ia menandakan bahwa berbagai sumber pendapatan tersebut harus diperoleh secara sah dan tidak melanggar hukum Agama. Berdasarkan golongannya, Badan Pusat Statistik (BPS 2016), membedakan pendapatan menjadi 4 golongan, yaitu:

- a. Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan.
- b. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000 sampai dengan Rp 3.500.000 per bulan.
- c. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000 sampai dengan Rp 2.500.000 per bulan.
- d. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp 1.500.000 per bulan.

2.3.4 Indikator Pendapatan

Menurut Selma Purnawasari (2017) ada beberapa indikator yang mempengaruhi pendapatan masyarakat yaitu:

1. lapangan usaha.
2. pangkat dan jabatan pekerjaan.
3. tingkat pendidikan umum.
4. produktivitas.
5. prospek usaha.
6. permodalan dan lain-lain.

2.4 Lokasi

2.4.1 Pengertian Lokasi

Fitzsimmons dalam Nasution (2004) menjelaskan bahwa lokasi adalah pemilihan suatu tempat yang menentukan suatu usaha produksi atau penyedia jasa berdasarkan pertimbangan tertentu dan sering kali menentukan kesuksesan suatu usaha, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu usaha. Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan di tempatkan (Lupiyoadi, 2001).

Lokasi sering kali menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategis seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan, dan fokus. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu jasa dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital insentif, maka suatu perusahaan jasa haruslah benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografis, budaya, dan persaingan dimasa mendatang. Competitive Positioning adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan para pesaing. Manajemen permintaan merupakan kemampuan penyediaan jasa untuk mengendalikan kuantitas, kualitas, dan timing permintaan.

2.4.2 Indikator-indikator lokasi

Tjiptono (2007) menjelaskan bahwa terdapat indikator-indikator yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah:

- a. Akses adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi obyek wisata yang meliputi:
 1. Lokasi yang mudah dijangkau.
 2. Kondisi jalan menuju lokasi.
 3. Waktu yang ditempuh menuju lokasi.
- b. Lalu-lintas (traffic), banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa juga menjadi hambatan.
- c. Visibilitas adalah lokasi obyek wisata dapat dilihat dari jalan utama dan terdapat petunjuk lokasi keberadaan obyek wisata, meliputi:
 1. Lokasi yang bisa dilihat dari jalan raya.
 2. Petunjuk yang jelas menuju lokasi .
 3. Tempat parkir yang luas dan aman adalah sarana tempat parkir yang luas dan terjamin keamanannya.
 4. Lingkungan adalah keadaan lingkungan sekitar obyek wisata, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan.

2.5 Pengertian Infrastruktur Parawisata

Pariwisata adalah salah satu industri penting di banyak negara. Hasil studi para peneliti terdahulu menunjukkan bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap beberapa hal seperti: kualitas hidup, pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, perkembangan budaya, dan pembangunan infrastruktur. Infrastruktur dan fasilitas adalah faktor kunci bagi pengembangan pariwisata di suatu wilayah atau negara, Abdullah et al., (2014). Menurut Grigorescu (2006), peran infrastruktur publik adalah sangat vital bagi pertumbuhan ekonomi wilayah, dan penyebab utama kegagalan dalam mendatangkan investasi asing adalah buruknya infrastruktur. Lebih lanjut, salah satu faktor kunci yang mampu menarik kunjungan turis domestik maupun asing adalah infrastruktur publik dan/atau infrastruktur pariwisata itu sendiri. Infrastruktur publik pada umumnya diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu: (1) Air dan sanitasi; (2) Telekomunikasi; (3) Listrik; (4) Jalan; dan (5) Bandar udara dan/atau pelabuhan (Abdullah et al., 2014).

Selain infrastruktur publik, dikenal juga infrastruktur pariwisata. Infrastruktur pariwisata didefinisikan sebagai “elemen-elemen fisik yang dirancang dan dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan turis”. Beberapa pakar membedakan antara infrastruktur dengan suprastruktur. Suprastruktur adalah struktur yang bergantung pada keberadaan dan kesiapan infrastruktur. Jika infrastruktur tidak ada atau belum siap, maka suprastruktur juga tidak ada. Infrastruktur pariwisata meliputi beberapa item antara

lain: (1) Fasilitas penunjang (ancillary facilities) dan fasilitas komplementer (complementary facilities); (2) Perengkapan; (3) Sistem, proses, dan sumber daya untuk membuat suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) menjadi berfungsi. Berdasarkan fungsinya infrastruktur pariwisata dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu: (a) Infrastruktur primer; (b) infrastruktur sekunder; dan (c) suprastruktur (Popesku, 2011):

a. **Infrastruktur Primer** Infrastruktur utama yang membuat Daerah Tujuan Wisata (DTW) dapat diakses oleh para turis. Infrastruktur primer terdiri dari: jalan, bandar udara, pelabuhan, rel dan setasiun kereta api, dan sebagainya

b. **Infrastruktur Sekunder** Infrastruktur yang membuat DTW atau tempat wisata dikunjungi dan dinikmati keberadaannya, suasana dan nuansa, keindahan, kenyamanan, dan keunikannya. Termasuk dalam kategori infrastruktur sekunder adalah: objek atau kegiatan wisata yang menjadi alasan kunjungan, layanan umum, layanan wisata, dan layanan kesehatan.

c. **Suprastruktur** adalah elemen-elemen fisik dan non fisik yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan turis akan akomodasi seperti: hotel/penginapan, rumah makan, cafe/bar, sarana olahraga & permainan (game), areal camping, sarana hiburan, dan lain-lain. Forum Turisme & Transport/TTF (2012), menyatakan bahwa infrastruktur pariwisata adalah rantai pasok (supply chain) wisata yang terdiri dari tiga domain/ranah, yaitu:

(a) Infrastruktur Transportasi; (b) Infrastruktur Lingkungan; dan (c) Infrastruktur Sosial. yang berkolaborasi pada level regional

untuk menciptakan DTW yang atraktif (dapat membangkitkan daya tarik & minat) Ketika kepariwisataan berkembang menjadi makin kompleks dan rumit sejalan dengan munculnya fenomena globalisasi akibat penetrasi teknologi komunikasi digital dan internet, maka infrastruktur pariwisata juga ikut berkembang, ditandai dengan munculnya kebutuhan infrastruktur yang sebelumnya tidak ada. DTW yang sebelumnya hanya bisa diakses secara fisik melalui transportasi darat, udara atau laut, sekarang bisa diakses secara maya (virtual) melalui komputer/laptop dan telpon berbasis koneksi internet.

Pariwisata secara komprehensif merupakan suatu industri yang bergerak di bidang pelayanan mempromosikan dari berbagai elemen yang terukur dan tidak dapat terukur. Elemen terukur antara lain sistem transportasi -udara, rel kereta, jalan air hospitality services -akomodasi, makanan, dan minuman, wisatawan, dan souvenir, serta pelayanan yang berhubungan dengan kegiatan wisata, misalnya bank, asuransi keamanan dan kenyamanan. Sementara itu elemen tidak terukur antara lain kegiatan istirahat, budaya pertualangan, serta pengalaman baru dan berbeda (WTO, 2006).

2.5.1 Indikator infrastruktur Pariwisata

Nyoman S pendit (2003). Mengemukakan bahwa Indikator-Indikator infrastruktur Parawisata terdiri dari :

1. Fasilitas penginapan dan hotel
2. Restaurant atau tempat makan lainnya
3. Tempat parkir

4. Pusat oleh-oleh khas

2.6 Pengertian promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Begitu juga dengan destinasi wisata. Seseorang tidak akan pernah mengetahui keberadaan dimana tempat wisata itu berada jika tanpa adanya promosi dari pihak pengelola.

Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkaca mata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik dari kejauhan. Tak seorangpun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut. Begitu juga dengan sebuah brand destinasi wisata, jika tanpa promosi sebuah tempat wisata itu tidak akan pernah terlihat oleh orang lain (Agus Herman 2018).

Promosi juga merupakan kegiatan yang lebih banyak mencakup mendistribusikan promotion materials, seperti film, slides, advertisement, brochures, booklets, leaflets, folders, melalui bermacam-macam saluran (channel) seperti: TV, radio, majalah, bioskop, direct-mail baik kepada "potensi tourist", yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan

wisata, karena memiliki banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum mempunyai waktu senggang untuk berpergian sebagai wisatawan maupun ” actual tourist”, yaitu sejumlah orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tujuan tertentu; dengan tujuan mentransfer informasi dan mempengaruhi calon-calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Promosi kepariwisataan yang dimaksud di sini adalah kampanye dan propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara continue. Ke dalam, promosi ini ditujukan kepada masyarakat dalam negeri sendiri dengan maksud dan tujuan menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga industri pariwisata di negeri ini memperoleh dukungan. Ke luar, promosi ini ditujukan kepada dunia luar di mana kampanye penerangan ini benar-benar mengandung berbagai fasilitas dan atraksi yang unik dan menarik yang dapat disajikan kepada sang wisatawan (Nyoman Pendit 2003).

2.6.1 Tujuan promosi

Tujuan utama dari sebuah promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta meningkatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarnya. Secara rinci tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (informing), dapat berupa:

- a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru, dan memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk.
 - b. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar, menjelaskan cara kerja suatu produk, dan meluruskan pesan yang keliru. .Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, mengurangi ketakutan dan kekhawatiran pembeli dan membangun citra perusahaan.
2. Membujuk pelanggan sasaran (persuading) untuk membentuk pilihan merek, menghilangkan pilihan merek tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli menerima kunjungan wiraniaga.
3. Mengingat (reminding), dapat terdiri atas:
 - a. Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - b. Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.
 - c. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan dan menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin kemudian pada akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut. Jika dilihat dari sisi pariwisata, promosi itu menjadi salah satu strategi bagi sebuah instansi pengelola daerah wisata untuk mengenalkan

destinasi yang belum banyak orang mengetahui dan mengenal wisata tersebut, lalu kemudian mereka tertarik dan kemudian ada keinginan berkunjung. Promosi pariwisata biasanya digunakan sebagai langkah untuk mengenalkan kepada masyarakat luas akan kekayaan yang dimiliki di suatu daerah. Biasanya promosi dilakukan melalui media-media yang dianggap mampu untuk mengenalkannya.

Model komunikasi pemasaran yang baik pasti dapat menghasilkan promosi yang baik pula. Model pemasaran yang biasa dikembangkan pada umumnya tidak jauh berbeda. Model komunikasi pemasaran meliputi sender atau juga disebut sumber (source). Pertama kali pesan komunikasi berasal dari sumber. Dalam pemasaran, sumber berarti pihak yang mengirim pesan pemasaran kepada konsumen. Pihak yang mengirim pesan tentu saja pemasar. Proses selanjutnya yaitu pemasar menentukan bagaimana pesan itu disusun agar bisa dipahami dan direspons secara positif oleh penerima dalam hal ini konsumen. Pada proses tersebut ditentukan pula jenis komunikasi apa yang akan digunakan. Apakah pesan akan disampaikan melalui iklan, personal selling, promosi penjualan, public relations, atau dengan direct marketing. Keseluruhan proses dari perencanaan pesan sampai penentuan jenis promosi yang akan dipakai disebut proses encoding. Proses encoding ini juga disebut sebagai proses menerjemahkan tujuan-tujuan komunikasi kedalam bentuk-bentuk pesan yang akan dikirimkan kepada penerima.

2.6.2 Indikator-Indikator Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2012) indikator-indikator promosi diantaranya adalah:

1. Frekuensi promosi adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan.
2. Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi penjualan dilakukan.
3. Kuantitas promosi adalah nilai atau jumlah promosi penjualan yang diberikan konsumen.
4. Waktu promosi adalah lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan.

2.7 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

N o	Nama	Judul penelitian	Variabel yang di teliti	Metode de peneli tian	Hasil penelitian	persamaan	perbedaan
1	Farida Karim 2017.	Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Kegiatan Pariwisata Di Pantai Marina Kabupaten	Kondisi Faktual Sosial Ekonomi Masyarakat (x1) Peran Pemerintah Dalam Pengembangan	Mix method (kuantitatif dan kualitatif)	Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Marina memiliki potensi pariwisata yang sangat baik dan layak ditetapkan sebagai wisata unggulan daerah.	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif	Menggunakan dua metode, lokasi yang berbeda

No	Nama	Judul penelitian	Variabel yang diteliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	persamaan	perbedaan
		Bantaeng	Pariwisata (x2) Pendapatan (y)		Masyarakat di kabupaten Bantaeng telah terlibat dalam kegiatan pariwisata khususnya di kawasan Pantai Marina dan sudah mulai menyadari bahwa pariwisata dapat menjadi alternatif peningkatan perekonomian. Peran pemerintah dalam memajukan pariwisata dirasakan masyarakat sebagai langkah yang baik dalam menunjang program pengembangan ekonomi masyarakat.		
2	Akhammad Bories Yasin Abdillah 2016.	Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Masyarakat Lokal Di Kawasan Wisata (Studi Pada Masyarakat Sekitar Wisata Wendit,	Pengembangan pariwisata (x1) dampak pengembangan pariwisata (x2) kehidupan masyarakat (Y)	Mixed method (kuantitatif dan kualitatif)	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat sekitar khususnya masyarakat sekitar Taman Wisata Air	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif	Menggunakan dua metode, lokasi yang berbeda

No	Nama	Judul penelitian	Variabel yang diteliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	persamaan	perbedaan
		Kabupaten Malang)			Wendit. Pemerintah Kabupaten Malang telah melakukan banyak perubahan mulai dari penambahan fasilitas wisata serta wahana-wahana permainan yang menjadi daya tarik wisata. Saat ini promosi yang dilakukan masih kurang maksimal dengan melihat tingkat kunjungan wisata Wendit yang dari tahun ke tahun menurun. Kesimpulan kedua yaitu dampak yang ditimbulkan dari Taman Wisata pengembangan Air Wendit dari aspek sosial diantaranya meningkatnya keterampilan penduduk dengan membuat cinderamata, transformasi mata pencaharian ke pekerjaan yang lebih baik, transformasi norma dari norma negatif ke norma positif. Dari aspek budaya		
					pengembangan Air Wendit dari aspek sosial diantaranya meningkatnya keterampilan penduduk dengan membuat cinderamata, transformasi mata pencaharian ke pekerjaan yang lebih baik, transformasi norma dari norma negatif ke norma positif. Dari aspek budaya		

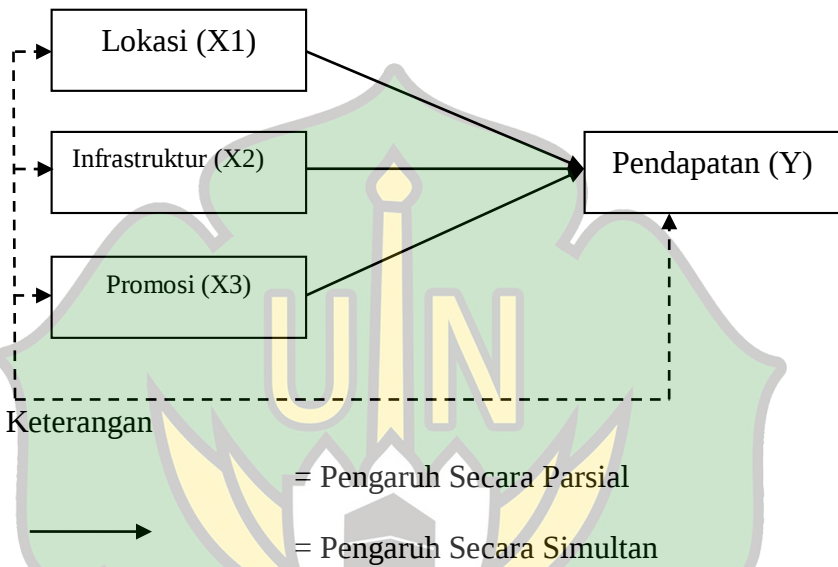
No	Nama	Judul penelitian	Variabel yang diteliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	persamaan	perbedaan
					terlihat masyarakat sekitar masih melestarikan kebudayaan desa Magliawan. Sementara dari aspek ekonomi ada penyerapan tenaga kerja dari masyarakat desa Mangliawan, mendorong masyarakat sekitar untuk berwirausaha, serta meningkatkan pendapatan dari usaha yang dimiliki.		
3	Lilian Sarah Hiariy 2013.	Dampak Pariwisata Terhadap Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan	$Y = \text{Pendapatan rumah tangga} = X_1 = \text{umur responden}$	Metode kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa faktor mempengaruhi pendapatan	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif	Berbeda di variabel
		Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Pantai Natsepa, Pulau Ambon	$X_2 = \text{tingkat pendidikan responden}$ $X_3 = \text{jumlah anggota keluarga (orang)}$ $X_4 = \text{tingkat pengeluaran/konsumsi rumah tangga}$ $X_5 = \text{Jarak dari lokasi kawasan wisata}$		yang kelompok rumah tangga yaitu, jumlah anggota keluarga, tingkat pengeluaran, dan curahan waktu kerja. Berdasarkan tingkat kesejahteraan sebagian besar rumah tangga yang memanfaatkan jasa objek wisata pantai Natsepa mempunyai tingkat kesejahteraan		

No	Nama	Judul penelitian	Variabel yang diteliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	persamaan	perbedaan
			Pantai Natsepa X6=curah an waktu kerja (jam) X7=jumlah pengunjung		sedang yaitu persentase sebesar 75%, kemudian tingkat kesejahteraan tinggi dengan persentase sebesar 22% dan yang terkecil yaitu tingkat kesejahteraan rendah dengan persentase sebesar 3%.		
4	Ivan Hafidh Wasiana 2013	Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Iklan Terhadap Keputusan Kunjungan Pada Objek Wisata Arung	X1=Produk, X2=Harga, X3=Lokasi X4=Iklan Y=KeputusanKunjungan	Metode Kuantitatif	Variabel produk, harga, lokasi dan iklan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel lokasi, dan promosi	Perbedaannya di variabel produk, harga.
		jeram di Sungai Serayu Kabupaten Banjarnegara					

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan meneliti mengenai Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Pulau dua Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat. Dimana dalam penelitian ini penulis akan lebih fokus pada pengembangan wisata yang dilakukan oleh pengelola wisata yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar kawasan Puncak Mas.

2.8 Kerangka Berpikir

Berikut ini adalah kerangka berpikir yang penulis gambarkan, untuk mempermudah dalam memahami arahan tujuan penelitian ini, adapun kerangka berpikir pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Model Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar tersebut diatas maka akan dilakukan penelitian mengetahui Pengaruh Pengembangan Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat. Pengembangan pariwisata dapat dilihat dari indikator-indikator pengembangan pariwisata, hal tersebut dapat dilihat dari Lokasi, Promosi Pariwisata, Infrastruktur. Dari ketiga indikator-indikator tersebut dapat diketahui apakah pengembangan pariwisata berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.

2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian, yang harus diuji kebenarannya dengan jalan melakukan penelitian atau harus diuji secara empiris. Berdasarkan uji statistik, penulis menggunakan hipotesis nol. Dalam hipotesis yang penulis buat adalah hipotesis H_0 dan H_a (Sugiyono 2014).

Hipotesis merupakan salah satu langkah-langkah penelitian, karna dalam tujuan penelitian untuk mengetahui sesuatu pada tingkat tertentu yang dipercaya sebagai sesuatu yang benar. Hipotesis dalam penelitian dapat memberikan manfaat, baik dalam hal proses dan langkah penelitian maupun dalam memberikan penjelasan tentang gejala yang diteliti. Pada hakikatnya hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara atau dugaan sementara, dan sudah pasti jawaban tersebut belum tentu benar. Dan karenanya perlu dibuktikan atau diuji kebenarannya. Selanjutnya hipotesis penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Ha1 :Lokasi Pengembangan Pariwisata Pulau dua berpengaruh Positif Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.
- H01 :Lokasi Pengembangan Pariwisata Pulau dua berpengaruh Negatif terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.
- Ha2 :Infrastruktur Pengembangan Pariwisata Pulau dua berpengaruh Positif terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.

- H02 :Infrastruktur Pengembangan Pariwisata Pulau dua berpengaruh Negatif terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.
- Ha3 :Promosi Pengembangan Pariwisata Pulau dua berpengaruh Positif terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.
- H03 :Promosi Pengembangan Pariwisata Pulau dua berpengaruh Negatif terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.
- Ha4 :Lokasi, Infrastruktur, dan Promosi pengembangan pariwisata pulau dua berpengaruh Positif dan simultan terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.
- H04 :Lokasi, Infrastruktur, dan Promosi pengembangan pariwisata pulau dua berpengaruh Negatif dan simultan terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Suprianto (2009), eksplanasi merupakan bentuk/metode yang menjelaskan variabel-variabel dari objek yang diteliti melalui data yang terkumpul. Sedangkan kuantitatif adalah satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu permasalahan dari suatu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan (Indrawan & Yaniawati, 2014).

3.2 Lokasi dan Ruang Lingkup

Penelitian ini dilaksanakan di Gampong Ujong Pulo Rayeuk. Pemilihan lokasi penelitian di kawasan pariwisata Pulau Dua Gampong Ujong Pulau Rayeuk Kecamatan Bakongan Timur.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang merupakan kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang berdagang di kawasan wisata Pulau

Dua yaitu sebanyak 92 orang yang terdiri dari beberapa pekerjaan yang berbeda seperti Pemandu pariwisata, Penyewaan board, Warung jualan makanan dan kelontong dan alat renang, Penyewaan permainan anak-anak, Penjaga loket dan parkir, Pedagang pakaian dan alat pancing, dan Pelayan warung. Karena jumlah populasi yang kecil, maka jumlah sampel yang digunakan adalah keseluruhan. Arikunto (2010), menyatakan bahwa jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Tabel 3.1
Pedagang Wisata Pulau Dua

No	Pedagang	Jumlah
1.	Pemandu pariwisata	28
2.	Penyewaan board dan alat renang	9
3.	Warung jualan makanan dan kelontong	24
4.	Penyewaan permainan anak-anak	2
5.	Penjaga loket dan parkir	10
6.	Pedagang pakaian dan alat pancing	3
7.	Pelayan warung	16
Total		92

Sumber: keuchik desa, 2021

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jmlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Sedangkan Teknik

pengambilan sampel itu disebut dengan sampling. Sugiyono (2009:63), Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu total sampling. Adapun total sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Jadi alasan pengambilan total sampling dalam penelitian ini karena jumlah populasi yang kurang dari 100 yaitu sebanyak 92 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer data yang diperoleh dengan cara peneliti datang langsung memberikan pertanyaan berupa tertulis (kuesioner) secara langsung dengan pihak yang terkait dalam suatu penelitian. Dengan ketentuan yaitu seluruh masyarakat yang terlibat dalam kawasan pariwisata, antara lain, masyarakat yang bekerja ditempat pariwisata baik itu pemandu maupun masyarakat yang membuka usaha, dan pengunjung di Wisata Pulau Dua.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut:

1. Metode Observasi (Pengamatan)

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung (Rumudi, 2012).

2. kuesioner dengan skala *likert*.

Kuesioner adalah suatu metode dimana peneliti menyusun daftar pertanyaan secara tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden guna memperoleh data yang berhubungan dengan kegiatan. Kuesioner ini diberikan kepada semua masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata Pulau Dua, kemudian peneliti berusaha memberikan penjelasan terlebih dahulu kepada responden sebelum mengisi kuesioner yang disebar. Serta peneliti menunggu hasil jawaban atas kuesioner yang diberikan kepada responden sampai selesai.

Tabel 3.2
Skala *Likert* pada pertanyaan-pertanyaan tertutup dalam kuesioner

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penggunaan skala likert dengan alternatif skor nilai 1 – 5 untuk mengukur sikap, dan pendapat respon den. Pendapat yang paling positif diberi skor 5 (maksimum), dan pendapat yang paling negatif diberi angka 1 (minimum). Dengan pertimbangan agar

responden lebih mudah dalam menentukan pilihan jawaban, karena peneliti meyakini bahwa responden telah familiar dengan angka tersebut.

3.6 Definisi Operasional

Variabel merupakan atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014)

Penelitian menggunakan dua jenis variabel. Yang pertama merupakan variabel independen yaitu Pengembangan Pariwisata. Variabel yang kedua adalah variabel dependen yaitu Pendapatan Masyarakat (Kasmadi 2014)

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas dalam penelitian pengaruh pengembangan sektor pariwisata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dikawasan wisata pulau dua adalah X1 lokasi, X2 infrastruktur, X3 promosi.

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel Terikat pada penelitian pengaruh pengembangan sektor pariwisata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dikawasan wisata pulau dua adalah Pendapatan masyarakat dikawasan wisata pulau dua.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel diukur. Definisi operasional variabel yang dijelaskan adalah operasionalisasi konsep agar diteliti atau diukur melalui gejala-gejala yang ada. Variabel penelitian harus dapat diukur menurut skala yang lazim digunakan. Gambaran lebih jelas mengenai variabel penelitian seperti dalam tabel berikut:

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Lokasi (X1) (Kasmir (2009;129)	yaitu Tempat melayani konsumen, dimana konsumen disini merupakan para wisatawan yang hendak berwisata ketempat wisata tersebut.	indikator lokasi adalah 1.akses 2. visibilitas 3. lalu lintas (traffic) 4. peraturan pemerintah 5. lingkungan Tjiptono(2014:159)	skala <i>likert</i>
2.	Infrastruktur (X2) (Suwanto, 2004)	Pengembangan : suatu destinasi wisata harus melalui perencanaan yang tepat melalui aksesibilitas , kondisi infrastruktur parawisata, dan interaksi sosial masyarakatdengan wisatawan. hasil yang optimal dalam pengembangan kawasan wisata dapat diperoleh apabila didukung oleh pembangunan infrastruktur keparawisataan yang memadai.	1.Fasilitas penginapan dan hotel 2. Restaurant atau tempat makan lainnya 3. Tempat parkir 4. Pusat oleh-oleh khas (arwiyudhi 2017)	Skala <i>likert</i>

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
3.	Promosi (Tjiptono2011).	Promosi (X2) adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima serta membeli produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.	1. Frekuensi Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Kuantitas Promosi 4. Waktu Promosi 5. Ketepatan Sasaran Promosi (Kotler dan Keller 2012).	skala <i>likert</i>
4.	Pendapatan (Y) (Sukirno, 2006)	Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan	1. lapangan usaha. 2. pangkat dan jabatan pekerjaan. 3. tingkat pendidikan umum. 4. produktivitas. 5. permodalan Selma (Purnawasari 2017)	skala <i>linkert</i>

3.8 Metode Analisis Data

Menurut Ghozali (2011), metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sudah ada kemudian mengolah dan menyajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan dibuat analisis agar dapat ditarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan.

menganalisis pengaruh pengembangan pariwisata terhadap pendapatan masyarakat, penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dan menggunakan program aplikasi evIEWS.

Menurut (Ghozali, 2011), analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Uji ini untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen.

Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini untuk menganalisis variabel dependen (Y) Pendapatan (X_1) Lokasi (X_2) Infrastruktur dan (X_3) Promosi sebagai variabel independennya. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Ket:

Y = Variabel Terikat

X = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

x_1, x_2, x_3 = Variabel Bebas

e = Error

model ini di transformasikan kedalam penelitian sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1lok + b_2infra + b_3prom + \varepsilon$$

Keterangan :

Y :Pendapatan

α :Konstanta

b1, b2,b3	:Koefisien Regresi
Lok	:Lokasi
Infra	:Infrastruktur
prom	:Promosi
ε	:Error

2.9.1 Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung (*correlation item total correlation*) dengan nilai r tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel. Jika : r hitung $> r$ tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid. Namun apabila r hitung $< r$ tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2011).

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari ($>0,70$) (Ghozali, 2011).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011).

a. Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hat isecara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu, dianjurkan di samping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Distribusi residual dapat dinyatakan normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 ($\text{sig} > 0,1$).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan ada korelasi di antara variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di

antara variabel bebas (Ghozali, 2011). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas, dan dapat juga dilihat pada nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10 maka dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas (Sujarweni, 2015).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar) (Ghozali, 2016).

3.8.3 Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji signifikansi parameter individual (uji t) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak terikat secara individual dan menganggap variabel lain konstan (Sugiyono, 2014:250).

Hipotesis yang digunakan:

1. $H_0: b_1 = 0$ tidak ada pengaruh antara variabel jumlah penduduk dan tingkat pendidikan dengan kemiskinan.

2. $H_1: b_1 > 0$ ada pengaruh positif antara variabel antara variabel jumlah penduduk dan tingkat pendidikan dengan kemiskinan.
3. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)
4. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak dapat menolak H_0 (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014: 257).

Hipotesis yang digunakan:

1. $H_0: b_1 = 0$ variabel independen tidak mampu mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama
- $H_1: b_1 \neq 0$ variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Letak Wilayah Geografis

Bakongan Timur merupakan salah satu Kecamatan di wilayah Kabupaten Aceh Selatan, dengan luas wilayah 12,809 km² dengan jumlah tujuh desa yaitu pasi seubadeh, ladang rimba Sawah Tingkeum, Seuleukat, Ujung Pulo Cut, Ujung Pulo Rayeuk dan Simpang serta terdapat tiga pulau yaitu pulau kaye, pulau tengku dan pulau cama, salah satu pulau yaitu pulau cama tengelam pada saat tsunami 2004 dan baru-baru ini pulau tersebut timbul kembali walaupun tidak sama lagi seperti dulu. Secara geografis dan administratif Kecamatan Bakongan Timur adalah salah satu Kecamatan yang terletak dibagian Timur Kabupaten Aceh Selatan, yang berbatasan dengan Kecamatan Kota Bahagia di sebelah Utara dan Samudra Hindia di sebelah Selatan. Sementara di sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bakongan dan di sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Trumon Tengah.

Letak astronomisnya antara 2°-4° Lintang Utara dan antara 90°-96° Bujur Timur. Dengan Luas Wilayah Kecamatan Bakongan Timur 73,81 Km².

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pendapatan masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Jumlah Responden
1	Berdasarkan Jenis Kelamin	
	Laki-laki	48
	Perempuan	44
	Jumlah	92
2	Berdasarkan Usia Responden	
	<20 tahun	19
	21-35 Tahun	53
	36-50 tahun	20
	>50 tahun	0
	Jumlah	92
3	Berdasarkan Agama	
	Islam	92
	Jumlah	92
4	Berdasarkan Pendidikan	
	SD	60
	SMP	32
	SMA	6
	Diploma	0
	Starata 1	0
	Jumlah	92
5	Berdasarkan Pekerjaan	
	Pegawai Swasta	0
	PNS	0
	Wiraswasta	52
	Nelayan	40
	Jumlah	92

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan Pendapatan masyarakat Pulau Dua Bakongan Timur. Berdasarkan pada Tabel 4.1 Jumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu 92 orang terdiri dari 48 orang

laki-laki dan 44 orang perempuan. Usia responden yang paling banyak menjadi pedagang yaitu 21-30 tahun sebanyak 33 orang. Pendidikan responden di Pulau dua terbanyak yaitu tingkat SD 60 orang tingkat SMP 32 dan tingkat SMA 6 orang Hasil Analisis. Kemudian pekerjaan responden rata-rata wiraswasta sebanyak 52 orang dan nelayan sebanyak 40 orang.

4.3 Tanggapan Responden

4.3.1 Anggapan Responden Terhadap lokasi (X1)

Adapun tanggapan responden terhadap lokasi diuraikan dalam lima pertanyaan, dapat dilihat dalam tabel di bawah ini

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap lokasi

No	Pertanyaan	Rata-rata
1	Wisata Pulau Dua memberikan kenyamanan berwisata terhadap pengunjung	3.38
2	Arus lalu lintas masuk ketempat wisata Pulau Dua lancar	3.3
3	Wisata pulau dua sesuai dengan peraturan yang diterbitkan oleh pemerintah	3.4
4	Adanya fasilitas kebersihan pantai mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung sehingga dapat mempengaruhi pendapatan	3.6
5	Wisata Pulau Dua merupakan wisata unggulan di Kabupaten Aceh Selatan	3.4
Rata-rata total		3.43

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap lokasi yaitu nilai rata-rata terendah sebesar 3.3 dan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,6. Bisa dilihat bahwa nilai rata-rata totalnya sebesar 3.43 dalam artinya bahwa nilai tersebut termasuk ke dalam kategori Netral (N). Dapat diketahui bahwa

nilai rata-rata total lokasi memperoleh nilai sebesar 3,44 atau 3 yang termasuk dalam kategori setuju (N). Artinya, tanggapan responden terhadap lokasi yang wisata Pulau Dua

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Infrastruktur (X2)

Adapun tanggapan responden terhadap infrastruktur diuraikan dalam lima pertanyaan, dapat di lihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.3
Tanggapan Responden terhadap Infrastruktur

No	Pertanyaan	Rata-rata
1	Penginapan atau hotel yang tersedia di kawasan wisata Pulau Dua mempengaruhi pendapatan masyarakat	3.21
2	Rumah makan di sekitar lokasi wisata Pulau Dua bersih dan nyaman sehingga bertambahnya nilai jual dan dapat mempengaruhi pendapatan masyarakat	3.1
3	Lahan parkir di kawasan wisata Pulau Dua luas dan aman bagi kendaraan wisatawan	3
4	Tempat souvenir khas Pulau Dua tersedia disekitar lokasi	3.3
5	Kondisi jalan yang baik akan menarik wisatawan untuk berkunjung sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat	3.1
Rata-rata total		3.14

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap infrastruktur yaitu nilai rata-rata terendah sebesar 3 dan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3.3. Bisa dilihat bahwa nilai rata-rata totalnya sebesar 3.14 atau 3 dalam artiannya bahwa nilai tersebut termasuk ke dalam kategori Netral (N). Artinya, tanggapan responden terhadap infrastruktur yang tersedia di wisata Pulau Dua.

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Promosi (X3)

Adapun tanggapan responden terhadap promosi diuraikan dalam empat pertanyaan, dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.4
Tanggapan Responden terhadap promosi

No	Pertanyaan	Rata-rata
1	Tampilan iklan Pulau Dua tiap waktu di sosial media online menarik minat untuk datang berwisata ke Pulau Dua.	3.9
2	Kualitas promosi wisata Pulau Dua saat ini menarik minat wisatawan	3.4
3	Informasi objek wisata membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung sehingga meningkatkan nilai jual dan mempengaruhi pendapatan	3.8
4	Apakah saat ini promosi wisata Pulau Dua sudah sesuai dan tepat sasaran	3.7
Rata-rata total		3.7

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap promosi yaitu nilai rata-rata terendah sebesar 3.4 dan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3.9. Bisa dilihat bahwa nilai rata-rata totalnya sebesar 3.7 atau 4 dalam artiannya bahwa nilai tersebut termasuk ke dalam kategori setuju (S). Artinya, tanggapan responden terhadap promosi yang dilakukan oleh masyarakat Pulau Dua.

4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan (Y)

Adapun tanggapan responden terhadap pendapatan diuraikan dalam lima pertanyaan, dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden terhadap Pendapatan

No	Pertanyaan	Rata-rata
1	Wisata pulau dua sangat membantu dalam membuka lapangan usaha baru sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat	3.9
2	Apakah ada pengaruh keberadaan pengunjung terhadap pendapatan masyarakat setempat	4.1
3	Jenjang pendidikan mempengaruhi pendapatan masyarakat dikawasan wisata Pulau Dua	4
4	Wisata Pulau Dua membuat masyarakat kreatif dalam menciptakan produk baru sehingga meningkatkan pendapatan	4
5	Apakah usaha dikawasan Pulau Dua membutuhkan penambahan modal	3
Rata-rata total		3.8

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap pendapatan yaitu nilai rata-rata terendah sebesar 3 dan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4.1. Bisa dilihat bahwa nilai rata-rata totalnya sebesar 3.8 atau 4 dalam artiannya bahwa nilai tersebut termasuk ke dalam kategori Setuju (S). Jadi dapat dilihat bahwa variabel tersebut tidak memperoleh tanggapan yang bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, infrastruktur, dan promosi berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua.

4.3.5 Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir-butir pertanyaan yang telah disusun dalam kuisisioner penelitian. Dalam menentukan tingkat validitas maka dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Adapun r_{tabel} didapatkan dengan melihat tabel dan menghitung

degree of freedom (df) = $n - 2$ terlebih dahulu. Dalam hal ini n yaitu jumlah sampel sebanyak 92 responden. Adapun df nya yaitu $92 - 2$ maka hasil $df = 90$ dengan alpha (α) 0,05 didapatkan r_{tabel} 0.2050, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lokasi (X1)			
X1.1	0.740	0.2050	Valid
X1.2	0.623	0.2050	Valid
X1.3	0.614	0.2050	Valid
X1.4	0.605	0.2050	Valid
X1.5	0.492	0.2050	Valid
Infrastruktur (X2)			
X2.1	0.654	0.2050	Valid
X2.2	0.736	0.2050	Valid
X2.3	0.675	0.2050	Valid
X2.4	0.643	0.2050	Valid
X2.5	0.692	0.2050	Valid
Promosi (X3)			
X3.1	0.659	0.2050	Valid
X3.2	0.519	0.2050	Valid
X3.3	0.413	0.2050	Valid
X3.4	0.715	0.2050	Valid
Pendapatan (Y)			
Y1	0.530	0.2050	Valid
Y2	0.659	0.2050	Valid
Y3	0.657	0.2050	Valid

Y4	0.551	0.2050	Valid
Y.5	0.427	0.2050	Valid

Sumber : Output SPSS 22 data diolah (2021)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid. Syarat suatu pertanyaan dapat dikatakan valid adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Disini semua butir pertanyaan dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha $< 0,60$. (Ghozali, 2013). Uji reliabilitas dari hasil penelitian tersebut dapat diurikan seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	r_{kritis}	Keterangan
Lokasi (X1)	6	0.744	0,60	Reliabilitas
Infrastruktur (X2)	6	0.770	0,60	Reliabilitas
Promosi (X3)	5	0.704	0,60	Reliabilitas
Pendapatan (Y)	6	0.708	0,60	Reliabilitas

Sumber : Output SPSS 22 data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar $0.744 > 0,60$, kemudian Infrastruktr memiliki nilai Cronbach's Alpha $0.770 >$

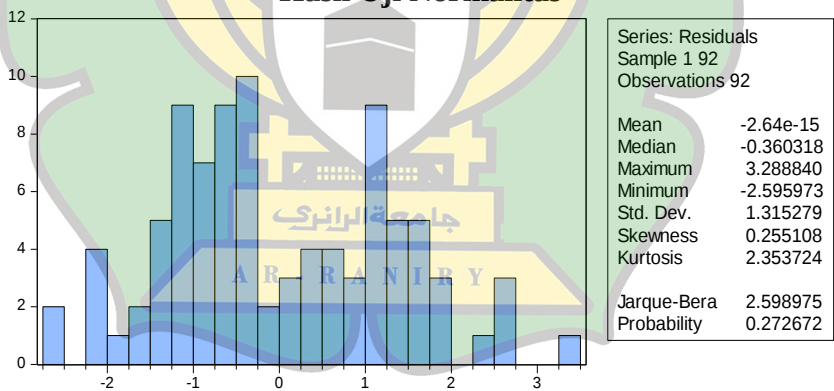
0,60, promosi memiliki nilai Cronbach’s Alpha $0.704 > 0,60$, dan Pendapatan memiliki nilai Cronbach’s Alpha $0.708 > 0,60$, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel karena nilai Cronbach’s Alpha lebih besar dari 0,60.

4.3.6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya terdistribusi normal atau tidak. Adapun hasil uji normalitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Output eviws 9 data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas hasil uji normalitas dasar pengambilan keputusan adalah: Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal. Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Jarque-Bera sebesar 2.598975 dengan P

Value sebesar 0,272672 di mana $> 0,05$ yang berarti residual berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2013: 103). Uji multikolinearitas diukur dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Gujarati, 2012:432). Adapun hasil uji multikolinearitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Sample: 1 92
Included observations: 92

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.879940	96.68009	NA
X1	0.003055	47.19134	1.200471
X2	0.001987	26.31333	1.179196
X3	0.006829	77.57828	1.056439

Sumber : Output Eviews 9 data diolah (2021)

Pada Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai VIF yaitu sebagai berikut:

1. X1 dengan nilai VIF = $1.200471 < 10$
2. X2 dengan nilai VIF = $1.179196 < 10$

3. X3 dengan nilai $VIF = 1.056439 < 10$

Dari hasil pengolahan tersebut dapat dilihat bahwa nilai VIF (Varians Inflation Factor) antara Lokasi (X1), Infrastruktur (X2), dan promosi (X3), tidak terjadi masalah Multikolinearitas, karena nilai masing-masing VIF lebih kecil dari 10. Dimana jika $VIF < 10$, maka tidak terdapat Multikolinearitas. Kemudian nilai coefficient untuk variabel lokasi yaitu 0.003055, Infrastruktur 0.001987, dan Promosi 0.006829. nilai ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,10. maka tidak terdapat Multikolinearitas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2013: 134) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*. Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual yang sama (homoskedastisitas). Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual tidak sama. Syarat suatu data bebas dari gejala heterokedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.375257	Prob. F(3,88)	0.7711
Obs*R-squared	1.162077	Prob. Chi-Square(3)	0.7621
Scaled explained SS	0.828951	Prob. Chi-Square(3)	0.8425

Sumber : Output Eviws 9 data diolah (2021)

Pada Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai P value yang ditunjukkan dengan nilai Prob. Chi-Square(3) pada Obs*R-squared yaitu sebesar 1.162077 Nilai P value 0,7621 $>$ 0.05 maka tidak terjadi terjadi masalah heterokedastisitas karena memiliki probabilitas atau signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Berarti variabel bebas dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk menggunakan analisis regresi. Selebihnya sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam *uji gleser* yang disimpulkan bahwa antara variabel tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4.3.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel, dengan menggunakan bantuan program Eviews 9 (Noor, 2012:38). Adapun hasil model regresi dilihat pada Tabel 4.11 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Method: Least Squares

Sample: 1 92

Included observations: 92

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.420657	1.371109	2.494811	0.0145
X1	0.209873	0.055274	3.796939	0.0003
X2	0.091296	0.044571	2.048305	0.0435
X3	0.730648	0.082639	8.841459	0.0000
R-squared	0.604662	Mean dependent var		19.22826
Adjusted R-squared	0.591184	S.D. dependent var		2.091864
S.E. of regression	1.337511	Akaike info criterion		3.462003
Sum squared resid	157.4263	Schwarz criterion		3.571646
Log likelihood	-155.2521	Hannan-Quinn criter.		3.506255
F-statistic	44.86471	Durbin-Watson stat		1.982824
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Output Eviews 9 data diolah (2021).

Berdasarkan pada Tabel 4.11 maka hasil uji regresi linear berganda di atas dengan menggunakan model persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$P = 3.420657 + 0.209873 L + 0.091296 I + 0.730648 P + e \dots (4.1)$$

Intepretasi :

- 1) Konstanta sebesar 3.420657 artinya jika variabel lokasi, infrastruktur, dan promosi konstan maka tingkat pendapatan masyarakat sebesar 3.420657 satu satuan.
- 2) Koefisien regresi variabel Lokasi (X1) sebesar 0.209873 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel Lokasi maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 0.209873 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/*Ceteris Paribus*.

- 3) Koefisien regresi variabel Infrastruktur (X2) sebesar 0.0912961 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel infrastruktur maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 0.0912961 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/ *Ceteris Paribus*.
- 4) Koefisien regresi variabel Promosi (X3) sebesar 0.730648 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel promosi maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 0.730648 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/ *Ceteris Paribus*.

4.3.8 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji T (parsial)

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa, t_{hitung} pada variabel bebas yaitu lokasi (X1) sebesar 3.796939, infrastruktur (X2) sebesar 2.048305, dan promosi (X3) sebesar 8.841459. Disini derajat bebas (df) = $n-k-1 = 92-4-1 = 87$ maka didapatkan t_{tabel} sebesar 1.66256. Berdasarkan hal tersebut maka:

1. Pada variabel lokasi (X1) memiliki $t_{hitung} = 3.796939 > t_{tabel} = 1.66256$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya lokasi secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.
2. Pada variabel infrastruktur (X2) memiliki $t_{hitung} = 2.048305 > t_{tabel} = 1.66256$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya infrastruktur secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap

pendapatan masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

3. Pada variabel promosi (X3) memiliki $t_{hitung} = 8.841459 > t_{tabel} = 1.66256$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya promosi secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

2. Hasil Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hasil Uji simultan dalam eviews 9 Nilai F_{tabel} berdasarkan tingkat kesalahan 5% atau 0,05 dengan nilai df_{n_1} yaitu $k-1$ ($4-1$) = 3 dan df_{n_2} yaitu $n-k$ ($92-4$) = 88. F_{tabel} yang didapatkan adalah 2.71. Maka Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 44.86471 dengan P value sebesar $0.000000 > 2.71$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yaitu lokasi (X1), infrastruktur (X2), dan promosi (X3), mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan

Hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa lokasi, berpengaruh signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua Bakongan Timur.

Jawaban responden yang banyak menjawab setuju pada item pertanyaan yang penulis sediakan menunjukkan lokasi pariwisata yang nyaman sangatlah penting untuk membuat wisatawan betah dalam menikmati suasana laut dikawasan wisata pulau dua Bakongan Timur, sehingga nantinya wisatawan akan berkunjung kembali ke destinasi wisata pulau dua, dengan banyaknya kunjungan wisatawan akan mempengaruhi pendapatan masyarakat setempat.

Selanjutnya arus lalu lintas masuk ke destinasi pulau dua cukup mudah dijangkau kerana sangat dekat dengan jalan lintas medan-tapak tuan, Wisatawan tidak butuh waktu lama untuk mencari destinasi wisata pulau dua karena cukup dengan melintas di Gampong Ujong Pulo Rayeuk destinasi tersebut sudah terlihat dengan jelas, walaupun jalan masuk ke destinasi tersebut sedikit bertikungan akan tetapi wisatawan tidak perlu khawatir karena terdapat rambu-rambu lalu lintas yang menunjukkan ada keramaian. Dengan akses jalan yang begitu mudah dan aman tentunya wisatawan akan memilih berkunjung ke destinasi wisata pulau dua dibandingkan wisata lain yang ada di kawasan Bakongan Timur maupun tempat wisata lain di Kabupaten Aceh Selatan. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dikawasan pulau dua akan berpengaruh pada pendapatan masyarakat maupun redistribusi gampong yang diperoleh dari parkir kendaraan wisatawan baik roda dua maupun roda empat.

Destinasi wisata pulau dua memiliki aturan adat serta aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat yaitu pelaksanaan

wisata syariah, artinya muda-mudi tidak boleh berduaan atau bermesraan apabila belum menikah.

Menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti tingkat kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersehan lingkungan sudah sangat tinggi, ini terlihat dari kebersihan tempat wisata dikawasan pulau dua. Akan tetapi pengunjung destinasi wisata pulau dua haruslah memiliki kesadaran sendiri untuk membuang sampah pada tempat nya, karena destinasi wisata pulau dua belum memiliki tim khusus dalam pembersihan sampah, artinya kesadaran wisatawan sangatlah diperlukan, dalam menjaga kebersihan lingkungan destinasi wisata pulau dua dengan terjaganya kebersihan lingkungan akan membuat wisatawan nyaman dan betah berlama-lama menikmati keindahan pantai dilokasi wisata pulau dua bakongan timur, sehingga berdampak langsung pada penjualan warung-warung makan dalam kawasan wisata pulau dua yang berpengaruh pada pendapatan masyarakat tempat

Wisata pulau dua merupakan satu-satu nya wisata bahari kepulauan yang berada di Aceh Selatan, yang tentunya sangat memberikan peluang besar dalam menarik minat wisatawan. Oleh sebab itu pentingnya pengelolaan yang baik sehingga nantinya mampu menjadi wisata unggulan dan memberikan kontribusi besar bagi masyarakat setempat maupun pemerintah setempat.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nuraini,dkk, 2019) dan (Maisyaroh, 2018), yang mengatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap pendapatan.

4.4.2 Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pendapatan

Hasil uji hipotesis t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa infrastruktur berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua. Hasil ini membuktikan bahwa dengan sarana dan prasarana yang memadai maka akan membuat wisatawan nyaman dan mendapatkan akses-akses yang lebih mudah dijangkau.

Hotel atau penginapan sangat penting tersedia dikawasan wisata pulau dua dikarenakan mulai berdatangan nya wisatawan mancanegara atau wisatawan luar daerah Aceh yang mulai meminati destinasi wisata bahari pulau dua, dimana wisatawan luar daerah yang menempuh perjalanan jauh membutuhkan penginapan untuk beristirahat, wisatawan biasa memilih tidur di hotel atau wiswa penginapan yang tersedia di kecamatan bakongan induk, untuk wisatawan dari arah medan harus menempuh jarak sekitar 15 menit dari destinasi wisata pulau dua. Alternatif lain wisatawan juga bisa membuat pos atau tempat istirahat sendiri dikawasan wisata pulau dua dengan membuat tenda sementara dilokasi wisata, wisatawan cukup membayar 50 ribu/kelompok untuk satu malam. wisatawan tidak perlu khawatir karena pengelola destinasi sudah menyediakan tempat yang bisa digunakan yang tentunya aman dan nyaman karena dijaga oleh pihak pemuda gampong setempat.

Dalam kawasan Gampong Ujong Pulo Rayeuk terdapat banyak warung makan yang bisa dipilih oleh wisatawan, tentunya warung-warung ini menjadi tempat wisatawan bersantai untuk menikmati keindahan destinasi wisata pulau dua. Kebersihan dan

kenyamanan menjadi pilihan utama bagi wisatawan. Warung-warung di kawasan Gampong Ujong Pulo Rayeuk tentunya mempertimbangkan kebersihan makanan yang disajikan. Khusus untuk wisatawan muslim tidak perlu ragu makan di warung-warung di kawasan wisata tersebut, karena 100% masyarakat di Gampong Ujong Pulo Rayeuk adalah muslim yang barang tentu makanan yang tersedia dijamin Halal.

Perlu diketahui oleh wisatawan bahwa destinasi wisata pulau dua pada hari-hari libur atau hari-hari seperti meugang, lebaran, tahun baru atau hari libur lainnya, warung-warung di kawasan destinasi pulau dua bakongan timur penuh dikunjungi oleh wisatawan baik dalam daerah maupun wisatawan luar daerah oleh sebab itu wisatawan harus mempersiapkan tikar atau terpal yang bisa digunakan untuk duduk jika nantinya pondok-pondok sudah penuh. Tapi wisatawan tidak perlu khawatir jika pondok sudah penuh karena jika wisatawan membawa alas duduk wisatawan bisa membuat tempat duduk dibawah pohon-pohon cemara yang rimbun dan lebih menyatu dengan alam disana. alternative lain juga bisa di tempuh oleh wisatawan dengan memesan atau memboking pondok sebelum datang.

Seperti pembahasan peneliti di atas bahwa wisatawan luar daerah mulai meminati destinasi wisata pulau dua, tentunya mereka yang datang banyak mengunakan kendaraan pribadi, ini tentu harus didukung oleh ketersediaan lahan parkir yang cukup luas serta aman, sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak di inginkan. Dalam kawasan destinasi wisata pulau dua pemerintah gampong

mengharuskan pemilik warung untuk menyediakan lawan parkir bagi kendaraan wisatawan, serta melibatkan pemuda gampong dalam menjaga keamanan kendaraan wisatawan. Destinasi wisata pulau dua juga menyediakan tempat souvenir seperti baju bergambar pulau dua dan baju-baju yang khas dengan wisata pulau dua, yang dijual di warung-warung dikawasan pulau dua. Tempat souvenir khusus memang belum tersedia dikawasan destinasi wisata pulau dua, disinilah di harapkan dari pemerintah gampong atau pengusaha untuk mengambil peluang yang ada dalam membangun tempat souvenir yang kusus dan lengkap dikawasan destinasi wisata pulau dua Bakongan Timur semakin lengkap ketersediaan sarana dan prasarana maka wisatawan akan semakin tinggi meminati destinasi wisata dua sehingga berpengaruh pada pendapatan masyarakat setempat.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Maisyaroh, 2018) yang mengatakan bahwa infrastruktur berpengaruh terhadap pendapatan.

4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Pendapatan

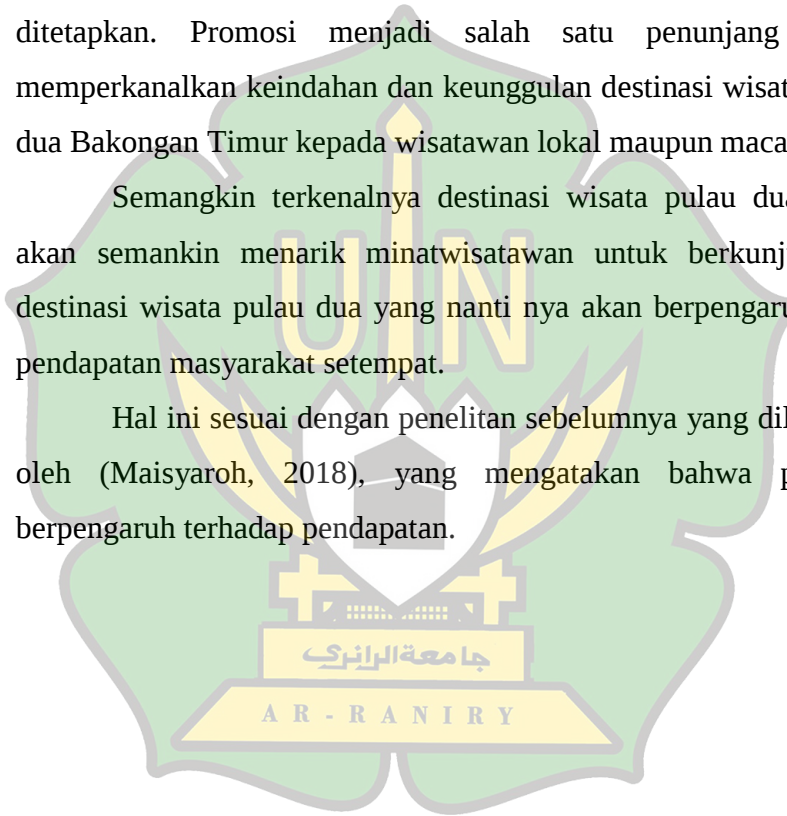
Hasil uji hipotesis t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa promosi pariwisata berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua.

Hasil ini meunjukkan bukti bahwa dengan adanya promosi pariwisata yang kreatif, inovatif, menarik dan sesuai dengan yang sudah direncanakan oleh pihak pengelola dan pemerintah setempat dan dijalankan secara optimal maka otomatis akan menimbulkan hasil yang memuaskan, hal ini akan menjadi penting

dalam meningkatkan pendapatan dan kemajuan perekonomian masyarakat Ujong Pulo Rayeuk. Dalam hal ini harus direncanakan secara matang oleh pihak pengelola dan para pimpinan setempat maupun masyarakat dengan tujuan yang diinginkan maka output atau hasil akhir nya akan sesuai juga dengan tujuan yang sudah ditetapkan. Promosi menjadi salah satu penunjang untuk memperkenalkan keindahan dan keunggulan destinasi wisata pulau dua Bakongan Timur kepada wisatawan lokal maupun mancanegara.

Semangkin terkenal nya destinasi wisata pulau dua maka akan semakin menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata pulau dua yang nanti nya akan berpengaruh pada pendapatan masyarakat setempat.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Maisyaroh, 2018), yang mengatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap pendapatan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat diambil bahwa:

1. Adapun Pada variabel lokasi (X1) memiliki t_{hitung} sebesar 3.796939, dengan nilai signifikan sebesar 0,0003 berdasarkan keterangan tersebut maka t_{hitung} (3.796939) > t_{tabel} (1.66256). Maka jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi (X1), terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan. Adapun dari hasil pengolahan data, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat di Pulau Dua.
2. Adapun Pada variabel infrastruktur (X2) memiliki t_{hitung} sebesar 2.048305, dengan nilai signifikan sebesar 0,0435 berdasarkan keterangan tersebut maka t_{hitung} (2.048305,) > t_{tabel} (1.66256). Maka jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel infrastruktur (X2), terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan. Adapun dari hasil pengolahan data, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Infrastruktur berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat di Pulau Dua

3. Adapun Pada variabel promosi (X3) memiliki t_{hitung} sebesar 8.841459, dengan nilai signifikan sebesar 0,0000 berdasarkan keterangan tersebut maka t_{hitung} (8.841459) > t_{tabel} (1.66256). Maka jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi (X3), terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan. Adapun dari hasil pengolahan data, maka dapat disimpulkan bahwa promosi juga berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat di Pulau Dua.
4. Adapun Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa lokasi (X1), infrastruktur (X2), promosi (X3), mempunyai pengaruh yang erat terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis ingin memberikan beberapa masukan antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pengelola Pulau Dua untuk menjaga kebersihan lokasi wisata Pulau Dua dengan baik, sehingga para wisatawan nyaman dalam beraktivitas di lokasi wisata tersebut, dengan demikian akan membuat wisatawan kembali datang dan berkunjung dikemudia hari sehingga menambah jumlah pendapatan masyarakat setempat.

2. Diharapkan kepada pemerintah untuk berperan aktif dalam membangun infrastuktur pada lokasi wisata pulau dua demi keamanan parawisatawan yang berkunjung.
3. Diharapkan kepada masyarakat untuk mengelola infrastruktur yang ada dengan baik demi kenyamanan pariwisata sehingga wisatawan aman dan nyaman dalam menggunakan fasilitas yang ada. Dengan demikian para wisatawan akan berkunjung kembali karena merasa aman dan nyaman sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan menambah pendapatan masyarakat setempat.
4. Diharapkan kepada pengelola atau masyarakat untuk selalu melakukan promosi baik disosial media, boliho, spanduk atau memberikan brosur kepada wisatawan yang sudah berkunjung sehingga wisata pulau dua dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat, yang nantinya menarik minat untuk berwisata kepulau dua. Dengan banyak nya wisatawan yang datang akan meningkatkan jumlah pendapatan masyarakat.
5. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang Pengaruh Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Setempat (Studi Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)

DAFTAR PUSTAKA

- Baliprov. (2020, Oktober 18). *Undang-Undang No.9 Tahun 1990*. Retrieved Oktober Selasa 2020, From Undang-Undang No.9 Tahun 1990 Kepariwisataaan: <Http://Jdih.Baliprov.Go.Id/Uploads/Produk-Hukum/Peraturan/1990/UU/Uu-9-1990.Pdf>
- Arfida BR, (2003). *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pt,Ghalia Indonesia.
- Darmadji, T. (2012). *Pasar Modal Diindonesia.Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fandy, T. (2004). *Strategi Pemasaran.Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi .
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* . Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Multikariate Dengan Program IMB Spss 21 Update PLS Regresi*. Cetakan VII Semarang: Badan Penerbit Universitas Piponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23”. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Halim, A. D. (2014). *Pembangunan Infrastruktur*. <Http://Abdullahdanhalim.Wordpress.Com>.
- Herman. (2002). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Hermanto, H. (2011). *Creative Based Tourism Dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif*.. Yogyakarta: Galangpress.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisataaan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan STiPrAm
- Kemekeu. (2009, Januari 16). *Undang-Undang No. 10 Tahun 2009*. Retrieved Oktober Selasa, 2020, From Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan:

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/10TAHUN2009UU.HTM>

- Mankiw N, G. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salembaempat.
- Mariyani, (2015). *Ekonomi Pariwisata*, hal 21,wordpress.com
- Nazir. (2010). Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dikabupaten Aceh Utara. *Skripsi Universitas Sumatera Utara*.
- Noor, J. (2012). Metode Logi Penelitian: *Skripsi*, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Pandit, N. S. (2003). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Prandia Paramita.
- Poerwa Dan Minta, W.J.S. (2002). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Punamasari, S. (2017). Pengaruh Potensi Ekowisatabahari Terhadap Perekonomian Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam Study Pada Dermaga Ketapang Teluk Rantai Pesawaran. *Universitas Islam Negeri Raden Intan*.
- Rahardja, P. D. (2001). *Teori Ekonomi Makro*. Jogjakarta Indonesia: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rambat, Lupiyoardi Dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasara Jasa,Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rumudi, I. (2012). *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliian Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Soebagio. (2012). *Model- Model Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Statistik,B.P.(2016). Indek Pembangunan Manusia. [Www.Bps.Go.Id](http://www.bps.go.id)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunariah, K. D. (2013). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, Liga M Dan Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2002). *Metodologi Penelitian", Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibowo. (2008). *Manajemen Kenerja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Winardi. (2002). *Motivasi Dan Permotivasi Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Responden Yth,

Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian sebagai syarat kelulusan yang mengenai “PENGARUH PENGEMBANGAN SEKTOR PARAWISATA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT SETEMPAT (Studi Kasus Pulau Dua Bakongan Timur)”

Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan hanya di gunakan untuk penelitian dan di jamin kerahasiaanya. Atas perhatian dan waktu Bapak/Ibu/Saudara(i) Saya Ucapkan terimakasih.

Bagian 1

Isilah daftar kuesioner berikut dengan benar

- Nama : _____
- Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
- Umur : ☐ <20 tahun
☐ 21-35 Tahun
☐ 36-50 Tahun
☐ >50 tahun
- Agama : ☐ Islam ☐ Hindu
☐ Kristen ☐ Budha
- Pendidikan : ☐ SD ☐ Diplomat
☐ SMP ☐ S1

- ☐ SMA ☐ Lain-Lain
 • Pekerjaan : ☐ pegawai ☐ swasta
 ☐ Nelayan ☐ PNS
 ☐ Wiraswata

Berilah tanda (✓) pada kolom yang telah di sediakan sesuai dengan penilaian anda.

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan Lokasi	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Wisata Pulau Dua memberikan kenyamanan berwisata terhadap pengunjung					
2.	Arus lalu lintas masuk ketempat wisata Pulau Dua lancar					
3.	Wisata pulau dua sesuai dengan peraturan yang diterbitkan oleh pemerintah					
4.	Adanya fasilitas kebersihan pantai mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung sehingga dapat mempengaruhi pendapatan					
5.	Wisata Pulau Dua merupakan wisata unggulan di Kabupaten Aceh Selatan					

No	Pernyataan Infrastruktur	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Penginapan atau hotel yang tersedia di kawasan wisata Pulau Dua mempengaruhi pendapatan masyarakat					
2.	Rumah makan di sekitar lokasi wisata Pulau Dua bersih dan nyaman sehingga bertambahnya nilai jual dan dapat mempengaruhi pendapatan masyarakat					
3.	Lahan parkir di kawasan wisata Pulau Dua					

	luas dan aman bagi kendaraan wisatawan					
4.	Tempat souvenir khas Pulau Dua tersedia disekitar lokasi					
5.	Kondisi jalan yang baik akan menarik wisatawan untuk berkunjung sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat					

No	Pernyataan Promosi	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Tampilan iklan Pulau Dua tiap waktu di sosial media online menarik minat untuk datang berwisata ke Pulau Dua.					
2.	Kualitas promosi wisata Pulau Dua saat ini menarik minat wisatawan					
3.	Informasi objek wisata membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung sehingga meningkatkan nilai jual dan mempengaruhi pendapatan					
4.	Apakah saat ini promosi wisata Pulau Dua sudah sesuai dan tepat sasaran					

No	Pernyataan Pendapatan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Wisata pulau dua sangat membantu dalam membuka lapangan usaha baru sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat					
2.	Apakah ada pengaruh keberadaan pengunjung terhadap pendapatan masyarakat setempat					
3.	Jenjang pendidikan mempengaruhi pendapatan masyarakat dikawasan wisata Pulau Dua					
4.	Wisata Pulau Dua membuat masyarakat kreatif dalam menciptakan produk baru sehingga meningkatkan pendapatan					
5.	Apakah usaha dikawasan Pulau Dua membutuhkan penambahan modal					

Lampiran 2 : Data Responden

x 1 · 1	x 1 · 2	x 1 · 3	x 1 · 4	x 1 · 5	t o t a l x 1	x 2 · 1	x 2 · 2	x 2 · 3	x 2 · 4	x 2 · 5	t o t a l x 2	X 3 · 1	x 3 · 2	x 3 · 3	x 3 · 4	t o t a l x 3	y · 1	y · 2	y · 3	y · 4	y · 5	t o t a l y
4	3	4	5	4	20	4	5	4	4	4	21	3	3	4	3	13	5	5	5	3	3	21
4	3	4	5	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	17	5	5	5	4	4	23
2	2	4	4	4	16	2	1	2	2	3	10	2	2	4	4	12	4	4	4	2	2	16
4	3	4	5	4	20	4	5	4	3	2	18	4	4	5	4	17	5	5	5	4	4	23
4	4	2	5	3	18	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	13	3	4	3	3	4	17
4	4	2	3	3	16	1	3	1	4	1	10	3	4	3	2	12	4	3	2	3	4	16
5	5	4	4	4	22	4	5	3	3	4	19	5	3	5	4	17	5	5	5	5	3	23
3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	3	18	4	3	4	3	14	4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20	3	3	2	2	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
2	2	3	3	4	14	2	2	2	2	2	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
1	1	4	4	3	13	2	2	3	3	2	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
2	2	2	3	3	12	2	2	2	2	3	11	4	3	3	2	12	4	4	4	4	3	19
5	2	5	5	4	21	4	3	3	2	5	17	2	5	3	4	14	5	3	4	2	5	19
4	2	2	4	4	16	2	2	2	3	2	11	4	3	4	4	15	5	4	5	4	3	21
2	2	2	2	3	11	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	14	3	4	3	4	3	17
3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	19

4	4	4	3	3	$\frac{1}{8}$	3	4	3	4	4	$\frac{1}{8}$	4	3	4	5	$\frac{1}{6}$	4	5	5	4	3	$\frac{2}{1}$
3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	4	4	3	3	$\frac{1}{4}$	3	4	4	4	4	$\frac{1}{9}$
3	4	4	4	3	$\frac{1}{8}$	4	3	4	3	4	$\frac{1}{8}$	4	3	4	4	$\frac{1}{5}$	3	4	4	4	3	$\frac{1}{8}$
4	4	4	4	3	$\frac{1}{9}$	4	3	2	3	1	$\frac{1}{3}$	4	2	3	2	$\frac{1}{1}$	4	3	4	4	2	$\frac{1}{7}$
3	4	4	3	3	$\frac{1}{7}$	3	2	2	2	1	$\frac{1}{0}$	4	3	4	3	$\frac{1}{4}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$
4	4	1	4	2	$\frac{1}{5}$	4	4	4	4	3	$\frac{1}{9}$	4	2	4	4	$\frac{1}{4}$	4	4	4	4	2	$\frac{1}{8}$
4	4	1	4	2	$\frac{1}{5}$	4	4	4	4	2	$\frac{1}{8}$	4	3	5	4	$\frac{1}{6}$	5	5	4	4	3	$\frac{2}{1}$
5	5	4	3	3	$\frac{2}{0}$	4	5	5	1	1	$\frac{1}{6}$	5	4	3	2	$\frac{1}{4}$	4	4	4	5	4	$\frac{2}{1}$
4	1	4	4	4	$\frac{1}{7}$	2	4	2	2	2	$\frac{1}{2}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
5	4	5	5	4	$\frac{2}{3}$	5	5	4	3	4	$\frac{2}{1}$	5	4	4	5	$\frac{1}{8}$	4	5	5	5	4	$\frac{2}{3}$
4	2	4	3	4	$\frac{1}{7}$	2	2	4	4	4	$\frac{1}{6}$	5	4	4	5	$\frac{1}{8}$	3	5	5	5	4	$\frac{2}{2}$
4	3	5	3	4	$\frac{1}{9}$	4	3	3	3	2	$\frac{1}{5}$	5	4	4	5	$\frac{1}{8}$	4	5	5	5	4	$\frac{2}{3}$
3	2	3	4	3	$\frac{1}{5}$	3	4	2	4	3	$\frac{1}{6}$	3	4	4	3	$\frac{1}{4}$	3	4	4	3	4	$\frac{1}{8}$
3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	2	3	2	3	3	$\frac{1}{3}$	4	3	4	3	$\frac{1}{4}$	3	4	4	4	3	$\frac{1}{8}$
3	4	3	3	3	$\frac{1}{6}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	3	3	4	3	$\frac{1}{3}$	4	3	4	3	3	$\frac{1}{7}$
4	3	4	4	4	$\frac{1}{9}$	2	2	3	4	2	$\frac{1}{3}$	4	3	4	2	$\frac{1}{3}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$
4	4	3	4	4	$\frac{1}{9}$	2	2	3	2	2	$\frac{1}{1}$	4	3	4	3	$\frac{1}{4}$	4	3	4	4	3	$\frac{1}{8}$
3	4	3	2	2	$\frac{1}{4}$	4	3	2	4	3	$\frac{1}{6}$	3	2	4	3	$\frac{1}{2}$	4	3	4	3	2	$\frac{1}{6}$
3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	3	4	2	4	5	$\frac{1}{8}$	5	3	5	3	$\frac{1}{6}$	5	4	5	5	3	$\frac{2}{2}$

3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	2	3	4	2	2	$\frac{1}{3}$	2	5	3	4	$\frac{1}{4}$	4	3	4	2	5	$\frac{1}{8}$
4	4	4	4	2	$\frac{1}{8}$	3	4	3	4	4	$\frac{1}{8}$	3	3	4	4	$\frac{1}{4}$	4	4	3	3	3	$\frac{1}{7}$
4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$	3	3	4	5	3	$\frac{1}{8}$	5	4	4	4	$\frac{1}{7}$	4	5	5	5	4	$\frac{2}{3}$
4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$	3	2	2	4	1	$\frac{1}{2}$	5	5	5	4	$\frac{1}{9}$	3	4	3	5	5	$\frac{2}{0}$
4	2	3	4	2	$\frac{1}{5}$	2	2	2	2	2	$\frac{1}{0}$	3	3	3	3	$\frac{1}{2}$	4	3	4	3	3	$\frac{1}{7}$
2	4	4	2	2	$\frac{1}{4}$	4	2	2	2	2	$\frac{1}{2}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	3	4	3	4	4	$\frac{1}{8}$
4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$	3	4	4	4	4	$\frac{1}{9}$	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	4	5	5	4	4	$\frac{2}{2}$
4	3	4	4	4	$\frac{1}{9}$	2	2	3	4	2	$\frac{1}{3}$	3	2	4	3	$\frac{1}{2}$	3	4	4	3	2	$\frac{1}{6}$
3	2	3	4	3	$\frac{1}{5}$	4	2	4	2	3	$\frac{1}{5}$	3	2	4	4	$\frac{1}{3}$	4	3	4	3	2	$\frac{1}{6}$
3	4	4	2	4	$\frac{1}{7}$	2	2	2	2	4	$\frac{1}{2}$	3	4	4	4	$\frac{1}{5}$	4	3	4	3	4	$\frac{1}{8}$
4	5	3	4	4	$\frac{2}{0}$	4	2	3	3	5	$\frac{1}{7}$	4	3	4	3	$\frac{1}{4}$	5	5	4	4	3	$\frac{2}{1}$
3	4	5	4	4	$\frac{2}{0}$	4	5	3	4	4	$\frac{2}{0}$	5	3	3	4	$\frac{1}{5}$	5	4	4	5	3	$\frac{2}{1}$
4	5	3	3	4	$\frac{1}{9}$	4	2	3	4	5	$\frac{1}{8}$	4	3	3	4	$\frac{1}{4}$	5	5	4	4	3	$\frac{2}{1}$
4	3	5	3	5	$\frac{2}{0}$	3	2	4	3	4	$\frac{1}{6}$	2	3	3	2	$\frac{1}{0}$	5	4	5	2	3	$\frac{1}{9}$
3	4	3	4	4	$\frac{1}{8}$	4	5	3	2	4	$\frac{1}{8}$	4	3	4	5	$\frac{1}{6}$	3	5	5	4	3	$\frac{2}{0}$
4	4	3	4	4	$\frac{1}{9}$	2	3	4	5	3	$\frac{1}{7}$	4	2	4	3	$\frac{1}{3}$	3	5	3	4	2	$\frac{1}{7}$
3	4	4	4	4	$\frac{1}{9}$	2	3	4	2	3	$\frac{1}{4}$	3	5	3	4	$\frac{1}{5}$	4	5	4	3	5	$\frac{2}{1}$
4	4	3	4	4	$\frac{1}{9}$	2	2	3	4	2	$\frac{1}{3}$	5	2	4	3	$\frac{1}{4}$	4	3	4	5	2	$\frac{1}{8}$

4	3	4	4	3	$\frac{1}{8}$	4	2	2	3	4	$\frac{1}{5}$	3	4	3	4	$\frac{1}{4}$	3	5	5	3	4	$\frac{2}{0}$
4	3	4	3	3	$\frac{1}{7}$	4	3	3	4	3	$\frac{1}{7}$	3	2	4	3	$\frac{1}{2}$	4	5	4	3	2	$\frac{1}{8}$
4	3	3	4	4	$\frac{1}{8}$	4	2	3	3	5	$\frac{1}{7}$	4	2	4	3	$\frac{1}{3}$	5	5	4	4	2	$\frac{2}{0}$
4	3	3	4	4	$\frac{1}{8}$	5	3	4	4	3	$\frac{1}{9}$	5	3	3	4	$\frac{1}{5}$	4	4	3	5	3	$\frac{1}{9}$
4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$	4	3	3	3	4	$\frac{1}{7}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	5	5	4	4	$\frac{2}{2}$
1	2	3	4	1	$\frac{1}{1}$	1	3	2	3	2	$\frac{1}{1}$	3	3	5	5	$\frac{1}{6}$	4	4	4	3	3	$\frac{1}{8}$
2	2	2	4	2	$\frac{1}{2}$	4	2	4	2	4	$\frac{1}{6}$	2	4	4	2	$\frac{1}{2}$	4	4	2	2	4	$\frac{1}{6}$
3	4	5	3	3	$\frac{1}{8}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	3	4	3	4	$\frac{1}{4}$	4	4	4	3	4	$\frac{1}{9}$
3	4	3	3	3	$\frac{1}{6}$	3	3	4	3	3	$\frac{1}{6}$	5	2	4	4	$\frac{1}{5}$	3	4	4	5	2	$\frac{1}{8}$
3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	3	4	3	5	3	$\frac{1}{8}$	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	3	4	3	4	4	$\frac{1}{8}$
3	4	3	3	3	$\frac{1}{6}$	4	4	3	4	3	$\frac{1}{8}$	4	4	4	3	$\frac{1}{5}$	3	3	4	4	4	$\frac{1}{8}$
4	2	2	3	4	$\frac{1}{5}$	4	4	1	5	4	$\frac{1}{8}$	4	1	4	4	$\frac{1}{3}$	4	4	4	4	1	$\frac{1}{7}$
3	3	4	4	4	$\frac{1}{8}$	3	1	3	4	3	$\frac{1}{4}$	3	2	5	3	$\frac{1}{3}$	4	4	4	3	2	$\frac{1}{7}$
4	4	4	3	4	$\frac{1}{9}$	2	2	2	2	2	$\frac{1}{0}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
2	2	4		3	$\frac{1}{1}$	4	1	1	1	1	$\frac{1}{8}$	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
4	2	2	4	4	$\frac{1}{6}$	2	2	2	3	2	$\frac{1}{1}$	3	2	4	4	$\frac{1}{3}$	4	4	4	3	2	$\frac{1}{7}$
2	2	3	3	3	$\frac{1}{3}$	3	2	2	2	2	$\frac{1}{1}$	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	2	2	4	4	4	$\frac{1}{6}$
2	2	3	3	3	$\frac{1}{3}$	3	2	2	2	2	$\frac{1}{1}$	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	2	2	4	4	4	$\frac{1}{6}$
2	2	4	3	3	$\frac{1}{4}$	2	2	4	3	3	$\frac{1}{4}$	5	4	4	4	$\frac{1}{7}$	3	5	5	5	4	$\frac{2}{2}$

4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$	3	3	3	3	3	$\frac{1}{5}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
2	2	2	2	5	$\frac{1}{3}$	4	4	3	4	4	$\frac{1}{9}$	4	3	4	3	$\frac{1}{4}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$
4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$	2	2	2	2	4	$\frac{1}{2}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
3	4	4	5	3	$\frac{1}{9}$	4	3	4	2	5	$\frac{1}{8}$	5	3	5	5	$\frac{1}{8}$	4	5	3	5	3	$\frac{2}{0}$
4	3	4	5	4	$\frac{2}{0}$	3	4	5	4	4	$\frac{2}{0}$	5	4	4	5	$\frac{1}{8}$	5	5	5	5	4	$\frac{2}{4}$
5	4	4	5	3	$\frac{2}{1}$	4	5	5	4	5	$\frac{2}{3}$	5	4	3	4	$\frac{1}{6}$	5	4	5	5	4	$\frac{2}{3}$
3	4	4	4	3	$\frac{1}{8}$	3	4	3	4	4	$\frac{1}{8}$	5	4	5	3	$\frac{1}{7}$	5	5	3	5	4	$\frac{2}{2}$
4	2	2	2	4	$\frac{1}{4}$	2	2	2	2	2	$\frac{1}{0}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
4	2	2	2	3	$\frac{1}{3}$	4	2	4	4	4	$\frac{1}{8}$	4	4	1	4	$\frac{1}{3}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
3	4	2	5	3	$\frac{1}{7}$	2	5	3	5	5	$\frac{2}{0}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
4	4	4	4	5	$\frac{2}{1}$	5	4	4	5	2	$\frac{2}{0}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	5	5	4	4	$\frac{2}{2}$
4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$	4	4	3	4	4	$\frac{1}{9}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
2	4	4	3	2	$\frac{1}{5}$	4	2	2	2	2	$\frac{1}{2}$	4	4	4	3	$\frac{1}{5}$	3	4	4	4	4	$\frac{1}{9}$
3	4	4	4	3	$\frac{1}{8}$	4	3	4	4	4	$\frac{1}{9}$	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	4	3	4	4	4	$\frac{1}{9}$
2	2	2	2	2	$\frac{1}{0}$	4	3	3	4	3	$\frac{1}{7}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$	4	3	4	3	4	$\frac{1}{8}$	4	3	4	4	$\frac{1}{5}$	4	4	3	4	3	$\frac{1}{8}$
3	4	4	3	3	$\frac{1}{7}$	3	4	3	4	4	$\frac{1}{8}$	4	3	4	4	$\frac{1}{5}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$
3	4	4	4	3	$\frac{1}{8}$	4	3	4	4	3	$\frac{1}{8}$	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	4	3	4	4	4	$\frac{1}{9}$
4	2	2	2	4	$\frac{1}{4}$	2	2	3	2	3	$\frac{1}{2}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	4	$\frac{2}{0}$
2	2	2	2	5	$\frac{1}{3}$	4	4	3	4	4	$\frac{1}{9}$	4	3	4	3	$\frac{1}{4}$	3	4	3	4	3	$\frac{1}{7}$

Lampiran 3 : Hasil Uji

1. Uji validitas lokasi

Correlations

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1
x1.1 Pearson Correlation	1	.365**	.188	.348**	.384**	.740**
Sig. (2-tailed)		.000	.072	.001	.000	.000
N	92	92	92	91	92	92
x1.2 Pearson Correlation	.365**	1	.249*	.215*	-.039	.623**
Sig. (2-tailed)	.000		.017	.041	.715	.000
N	92	92	92	91	92	92
x1.3 Pearson Correlation	.188	.249*	1	.275**	.236*	.614**
Sig. (2-tailed)	.072	.017		.008	.024	.000
N	92	92	92	91	92	92
x1.4 Pearson Correlation	.348**	.215*	.275**	1	.070	.605**
Sig. (2-tailed)	.001	.041	.008		.509	.000
N	91	91	91	91	91	91
x1.5 Pearson Correlation	.384**	-.039	.236*	.070	1	.492**
Sig. (2-tailed)	.000	.715	.024	.509		.000
N	92	92	92	91	92	92
x1 Pearson Correlation	.740**	.623**	.614**	.605**	.492**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	92	92	92	91	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji validitas infrastruktur

Correlations

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x3.5	x2
x2.1 Pearson Correlation	1	.369**	.372**	.188	.339**	.654**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.073	.001	.000
N	92	92	92	92	92	92
x2.2 Pearson Correlation	.369**	1	.366**	.420**	.316**	.736**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000

N	92	92	92	92	92	92
x2.3 Pearson Correlation	.372**	.366**	1	.267**	.349**	.675**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.010	.001	.000
N	92	92	92	92	92	92
x2.4 Pearson Correlation	.188	.420**	.267**	1	.306**	.643**
Sig. (2-tailed)	.073	.000	.010		.003	.000
N	92	92	92	92	92	92
x3.5 Pearson Correlation	.339**	.316**	.349**	.306**	1	.692**
Sig. (2-tailed)	.001	.002	.001	.003		.000
N	92	92	92	92	92	92
x2 Pearson Correlation	.654**	.736**	.675**	.643**	.692**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	92	92	92	92	92	92

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji validitas promosi

Correlations

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3
x3.1 Pearson Correlation	1	.061	.190	.274**	.659**
Sig. (2-tailed)		.562	.070	.008	.000
N	92	92	92	92	92
x3.2 Pearson Correlation	.061	1	-.230*	.246*	.519**
Sig. (2-tailed)	.562		.027	.018	.000
N	92	92	92	92	92
x3.3 Pearson Correlation	.190	-.230*	1	.131	.413**
Sig. (2-tailed)	.070	.027		.213	.000
N	92	92	92	92	92
x3.4 Pearson Correlation	.274**	.246*	.131	1	.715**
Sig. (2-tailed)	.008	.018	.213		.000
N	92	92	92	92	92
x3 Pearson Correlation	.659**	.519**	.413**	.715**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	92	92	92	92	92

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Pendapatan

		Correlations					
		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y
y.1	Pearson Correlation	1	.288**	.335**	-.006	-.046	.530**
	Sig. (2-tailed)		.005	.001	.952	.663	.000
	N	92	92	92	92	92	92
y.2	Pearson Correlation	.288**	1	.324**	.285**	-.001	.659**
	Sig. (2-tailed)	.005		.002	.006	.991	.000
	N	92	92	92	92	92	92
y.3	Pearson Correlation	.335**	.324**	1	.185	.076	.657**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.077	.469	.000
	N	92	92	92	92	92	92
y.4	Pearson Correlation	-.006	.285**	.185	1	.061	.551**
	Sig. (2-tailed)	.952	.006	.077		.562	.000
	N	92	92	92	92	92	92
y.5	Pearson Correlation	-.046	-.001	.076	.061	1	.427**
	Sig. (2-tailed)	.663	.991	.469	.562		.000
	N	92	92	92	92	92	92
Y	Pearson Correlation	.530**	.659**	.657**	.551**	.427**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji reliabilitas

1. Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.744	6

2. Infrastruktur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	6

3. Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	5

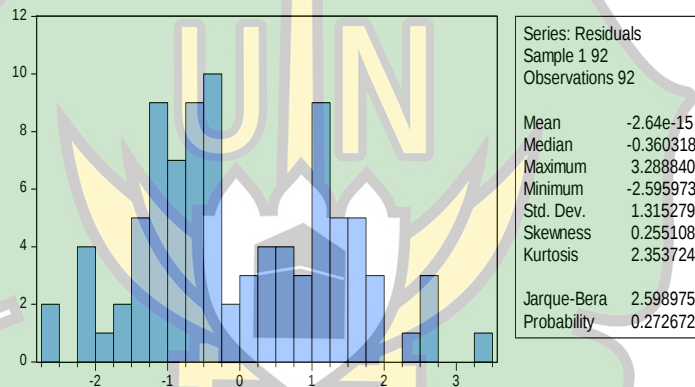
4. Pendapatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	6

Asumsi klasik

1. Normalitas



2. Multikolinearitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.375257	Prob. F(3,88)	0.7711
Obs*R-squared	1.162077	Prob. Chi-Square(3)	0.7621
Scaled explained SS	0.828951	Prob. Chi-Square(3)	0.8425

Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 07/15/21 Time: 22:43

Sample: 1 92

Included observations: 92

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	1.422360	0.709238	2.005476	0.0480
X1	-0.029158	0.028592	-1.019797	0.3106
X2	0.013642	0.023056	0.591707	0.5556
X3	-0.001395	0.042747	-0.032634	0.9740
R-squared	0.012631	Mean dependent var		1.116889
Adjusted R-squared	-0.021029	S.D. dependent var		0.684697
S.E. of regression	0.691859	Akaike info criterion		2.143635
Sum squared resid	42.12282	Schwarz criterion		2.253278
Log likelihood	-94.60719	Hannan-Quinn criter.		2.187887
F-statistic	0.375257	Durbin-Watson stat		2.150310
Prob(F-statistic)	0.771055			

3. Heteroskedastisitas

Variance Inflation Factors
Date: 07/15/21 Time: 22:46
Sample: 1 92
Included observations: 92

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.879940	96.68009	NA
X1	0.003055	47.19134	1.200471
X2	0.001987	26.31333	1.179196
X3	0.006829	77.57828	1.056439

Hasil uji regresi

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 07/15/21 Time: 22:36
Sample: 1 92
Included observations: 92

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.420657	1.371109	2.494811	0.0145
X1	0.209873	0.055274	3.796939	0.0003
X2	0.091296	0.044571	2.048305	0.0435
X3	0.730648	0.082639	8.841459	0.0000
R-squared	0.604662	Mean dependent var		19.22826
Adjusted R-squared	0.591184	S.D. dependent var		2.091864

S.E. of regression	1.337511	Akaike info criterion	3.462003
Sum squared resid	157.4263	Schwarz criterion	3.571646
Log likelihood	-155.2521	Hannan-Quinn criter.	3.506255
F-statistic	44.86471	Durbin-Watson stat	1.982824
Prob(F-statistic)	0.000000		



Lampiran 4 :Titik Persentase Distribusi t (df = 1 -100)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279

40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262

83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374



Lampiran 5 : Tabel F

df untuk penyeb ut (N2)	df untuk pembila ng (N1)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	

43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94

93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93



Riwayat Hidup

Nama : Samsul Rizal
 Ttl : Ujong Pulo Rayeuk
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Nim : 150604094
 Agama : Islam
 Status : Belum Kawin
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat Lengkap : Gampong Ujong Pulo
 Rayeuk, Kec, Bakongan Timur. Kab, Aceh
 Selatan. Prov, Aceh
 Email : rizal4002@gmail.com
 Pendidikan
 a. SD/MIN : SD Negeri 1 Ujong Pulo Rayeuk
 b. SLTP : SMP Negeri 1 Bakongan
 c. SLTA : SMA Negeri 1 Bakongan
 d. PT : Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas
 Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam
 Negeri Ar-Ranirry Banda Aceh
 Orang Tua
 a. Ayah : Alm. Alimuddin
 b. Pekerjaan : -
 c. Ibu : Halimah
 d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

A R - R A N I R Y