

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pariwisata merupakan salah satu sektor tumpuan yang diharapkan dapat menunjang pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan di sektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan dan devisa negara yang berguna bagi masyarakat Indonesia. Menurut Nyoman S.Pendit (1994: 34), peranan penting pariwisata adalah :

“Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan pekerjaan, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya’

Begitu juga pendapat dari J.J Spillane (1987:46), menurutnya untuk menggalakkan pembangunan perekonomian dengan suatu pertumbuhan yang berimbang, kepariwisataan diharapkan memegang peranan yang menentukan dan dapat dijadikan katalisator untuk mengembangkan sektor-sektor lain secara bertahap. Pengembangan pariwisata dapat merangsang tumbuhnya usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling merangkai dan saling menunjang. Peranan pariwisata dalam pembangunan negara pada garis besarnya berintikan tiga segi, yakni segi ekonomis (sumber devisa, pajak-pajak), segi sosial (penciptaan lapangan kerja) dan segi kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan kita kepada wisatawan-wisatawan asing).

Pariwisata memiliki tantangan tersendiri terutama dari segi usaha. Produk wisata merupakan usaha yang memiliki resiko besar. Hal tersebut dikarenakan Industri wisata memerlukan penanaman modal yang besar, sedangkan permintaannya sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, selera masyarakat dan lain sebagainya. Perubahan-perubahan tersebut dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal usaha kepariwisataan karena dapat mengakibatkan kemunduran usaha, sedangkan produk itu relatif lambat untuk menyesuaikan keadaan pasar. Kemunduran tidak hanya pada industri pariwisata tetapi melibatkan pula industri penunjang wisata, yaitu suatu perusahaan industri yang pertumbuhannya sangat tergantung pada pertumbuhan industri wisata seperti pengrajin souvenir dan lainnya.

Walaupun usaha pariwisata memiliki banyak tantangan, potensi wisata yang ada harus tetap dikembangkan dengan baik. Potensi wisata yang dimiliki Indonesia terdiri dari wisata alam, wisata budaya, wisata buatan dan lain-lain.

Kota Bandung merupakan kota potensial bagi sektor pariwisata di Indonesia, bahkan terkenal sebagai *weekend city*, dimana dalam setiap akhir pekan kota Bandung menjadi salah satu alternatif tempat liburan orang-orang dari luar daerah khususnya dari kota Jakarta.

Kota Bandung memiliki objek wisata yang menarik dan beranekaragam, sehingga banyak wisatawan dalam negeri maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bandung. Menurut catatan dinas pariwisata kota Bandung bahwa Saung Angklung Ujo merupakan salah satu objek wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan mancanegara. Sedangkan wisatawan dalam negeri lebih

banyak mengunjungi objek Wisata alam Taman Margasatwa, Taman Lalu Lintas, Pemandian Karang Setra, Museum Mandala Wangsit, Museum Pos dan Giro, Museum Geologi, Museum Asia Afrika, Museum Sri Baduga dan Babakan Siliwangi.

Salah satu jenis objek wisata alam taman margasatwa yang ada di kota Bandung adalah Kebun Binatang yang dikelola oleh Yayasan Margasatwa Tamansari (YMT) yang terletak di jalan Tamansari. Kebun binatang ini telah lama berdiri, tepatnya sejak zaman penjajahan Belanda. Ide pendirian kebun binatang ini telah ada dan terwujud sejak tahun 1930, tetapi baru diresmikan tahun 1933 oleh pemerintah kolonial Belanda yang ada di kota Bandung saat itu. Selanjutnya, kepengurusan kebun binatang ini jatuh ke beberapa tangan sampai akhirnya ke tangan Yayasan Margasatwa Tamansari (YMT) pada tahun 1954 hingga sekarang.

Di bawah kepengurusan YMT, Kebun Binatang Bandung telah mengalami berbagai perubahan yang ditujukan sebagai perbaikan kondisi yang ada. Beberapa sarana dan prasarana penunjang keberadaan kebun binatang telah dibangun. Demikian pula dengan ragam binatang yang dipelihara, juga mengalami berbagai penambahan. Berbagai jenis binatang, baik yang lokal maupun dari luar negeri, diharapkan dapat menarik pengunjung untuk datang ke tempat ini.

Kebun Binatang Bandung ini mempunyai fungsi yang khusus, yaitu sebagai sarana pendidikan pengembangan ilmu pengetahuan, sarana perlestarian hewan, sarana kebudayaan, dan sarana rekreasi. Hal ini sejalan dengan instruksi Menteri Dalam Negeri No. 35 Tahun 1997 yang menyebutkan bahwa Taman yang ada di daerah selain sebagai tempat atau wadah berbagai macam Flora dan Fauna

dipelihara, dipergakan untuk umum dan lembaga konservasi ex-situ juga berfungsi sebagai sarana pendidikan, pengembangan ilmu pengetahuan serta sarana rekreasi, maka keberadaannya perlu dipertahankan dan dibina pengelolaannya.

Dari sisi perekonomian, keberadaan kebun binatang sebagai salah satu tempat tujuan wisata ini dapat meningkatkan pendapatan daerah yang berasal dari retribusi objek wisata, yakni pajak rekreasi dan hiburan umum. Pajak tersebut menjadi bagian penting dari APBD dalam membiayai penyelenggaraan pemerintahan khususnya untuk mengembangkan fasilitas umum, kesejahteraan masyarakat, dan penataan lingkungan. Kebun Binatang Bandung sendiri menyumbang penghasilan asli daerah sebesar Rp 400 juta per tahun.

Namun di luar fungsi sebagai penyokong peningkatan PAD kota Bandung, kebun binatang ini juga dihadapkan pada permasalahan krusial yaitu menurunnya jumlah pengunjung yang datang ke kebun binatang ini, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Kebun Binatang Bandung Tahun 1994-2007

No	Bulan	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	Januari	107.567	104.642	93.504	86.045	70.190	325.453	345.519	180.231	94.198	100.988	129.135	89.526	42.033	47.522
2	Pebruari	48.367	16.574	239.589	340.302	231.775	100.070	70.804	49.371	51.338	50.779	61.167	41.438	18.976	14.587
3	Maret	238.487	253.482	133.733	97.874	88.452	108.691	107.801	113.503	110.768	62.969	49.389	38.823	23.714	30.740
4	April	72.540	79.597	70.502	71.844	72.893	74.601	89.967	78.900	65.784	65.634	53.786	36.235	36.432	27.264
5	Mei	82.925	76.341	61.049	55.767	63.195	89.967	75.683	95.135	66.068	69.485	67.394	55.565	34.643	37.347
6	Juni	164.565	122.300	175.333	163.275	106.965	82.376	94.865	89.311	90.596	102.200	81.678	65.187	52.010	85.410
7	Juli	119.946	135.675	110.116	151.762	127.340	130.534	161.806	146.089	110.782	143.045	127.392	126.503	91.533	103.994
8	Agustus	57.114	66.598	66.305	78.875	86.207	100.276	76.473	74.202	63.079	71.344	63.945	42.145	35.932	31.723
9	September	50.061	55.931	64.732	62.184	60.257	71.560	58.856	68.912	56.860	56.738	54.257	35.232	29.839	21.275
10	Oktober	101.328	105.607	98.045	88.323	101.424	107.762	115.663	93.923	67.458	60.381	53.131	4.284	159.828	210.106
11	November	52.885	46.659	48.210	83.269	73.795	59.787	57.279	47.506	30.102	201.542	267.733	96.149	66.694	31.136
12	Desember	57.897	91.084	79.109	76.137	66.933	42.834	219.963	288.453	254.488	119.931	58.665	25.730	40.123	50.700
Jumlah		1.151.682	1.154.490	1.239.227	1.355.657	1.149.426	1.292.983	1.473.536	1.325.536	1.061.521	1.105.018	1.067.672	856.867	620.757	691.804
Rata-rata Perubahan (%)			0,24	7,33	9,39	-15,21	12,48	13,96	24,87	-19,91	4,09	-3,37	-19,74	-27,55	11,45

Sumber: Yayasan Margasatwa Tamansari (YMT)

Dari tabel 1.1, terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung yang datang ke Kebun Binatang Bandung yang dihitung dari jumlah tiket masuk yang terjual. Penurunan jumlah pengunjung yang terjadi pada tahun 1998 sebesar 15,21% atau menjadi 1.149.416 orang dari tahun sebelumnya. Kemudian pada tahun 2002 penurunan jumlah pengunjung kembali terulang yaitu sebesar 19,91% atau menjadi 1.061.521 orang. Penurunan yang sangat mencolok yaitu terjadi pada tahun 2005, yang mana sejak tahun 1994 sampai dengan tahun 2004 jumlah pengunjungnya masih diatas satu juta orang. Sebagai contoh yaitu tahun 2004 saja walaupun terjadi penurunan 3,37% dari tahun sebelumnya tetapi jumlah pengunjungnya masih sebanyak 1.067.672 orang. Namun pada tahun 2005 hingga 2006, jumlah pengunjung kebun binatang ini terus berkurang setiap tahunnya. Tahun 2005, jumlah pengunjungnya hanya 856.867 orang atau turun sebesar 19,74%, dan untuk 2006 turun 27,55% hingga hanya mencapai 620.757 orang. Sedangkan untuk tahun 2007 jumlah pengunjungnya naik menjadi 691.804 pengunjung atau naik 11,45 %, namun kenaikan tersebut masih terlampau kecil dibandingkan dengan jumlah pengunjung pada tahun 1994 sampai dengan tahun 2004 yang jumlahnya diatas satu juta.

Dari latar belakang permasalahan tersebut, penulis akan mencoba meneliti faktor-faktor yang diduga mempengaruhi menurunnya permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung. Adapun faktor-faktor yang akan penulis teliti yaitu, pertama tarif masuk. Penurunan permintaan ini diduga disebabkan oleh tarif masuk kebun binatang yang mahal. Dari hasil pra penelitian penulis memperoleh gambaran adanya kenaikan tarif masuk setiap tahunnya khususnya selama lima

tahun terakhir rata-rata kenaikannya sebesar 12,69% tiap tahunnya, dan untuk tahun 2007 saja adalah Rp 9000/tiket, tarif masuk kebun binatang ini juga mengalami peningkatan menjadi Rp.10.000/tiket pada tahun 2008, tarif tersebut berlaku baik untuk dewasa maupun anak-anak. Padahal jika dibandingkan dengan Kebun Binatang Ragunan yang ada di Jakarta, tarif masuknya (harga tiket) di ragunan lebih murah dibandingkan Kebun Binatang Bandung. Di ragunan pada tahun 2006 sampai 2007 saja tarif masuk untuk anak-anak hanya Rp3000 dan untuk dewasa Rp 4000. Padahal fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada para pengunjungnya jauh lebih baik dibandingkan dengan pelayanan yang diberikan pengelola Kebun Binatang Bandung.

Faktor yang kedua yaitu pendapatan masyarakat yang rendah, apalagi jika kita lihat bahwa pengeluaran untuk kebutuhan pokok saja sudah semakin terus meningkat dengan terus naiknya harga sembako, sedangkan sumber pendapatan semakin sulit diperoleh, sehingga menyebabkan daya beli masyarakat menjadi turun. Akibat pendapatan masyarakat yang rendah, maka masyarakat hanya menggunakannya untuk membeli kebutuhan-kebutuhan yang mereka anggap penting kemudian sisanya dibelanjakan untuk kebutuhan lainnya. seperti berwisata dan sebagainya. Sehingga permintaan terhadap jasa pariwisata khususnya Kebun Binatang Bandung menjadi turun karena menurunnya jumlah wisatawan yang datang ke objek wisata ini.

Faktor ketiga berkaitan dengan atraksi wisata Kebun Binatang Bandung. Atraksi wisata (daya tarik dari objek wisata) di kebun binatang ini meliputi keanekaragaman satwa, museum zoology & Aquarium, wahana gajah tunggang,

wahana unta tunggang, taman bermain anak-anak, gedung kesenian, dan wisata air (kolam perahu). Penurunan permintaan juga diduga karena atraksi di Kebun Binatang Bandung kurang menarik.

Faktor keempat berkaitan dengan fasilitas Kebun Binatang Bandung. Berdasarkan hasil wawancara pada saat pra penelitian, banyak pengunjung yang berpendapat bahwa fasilitas seperti tempat duduk/tempat bersantainya para pengunjung di dalam kebun binatang yang terlihat kotor oleh percikan tanah dan berserakannya dedaunan tua, kesulitan parkir, wc serta tempat ibadah yang letaknya agak jauh dari tempat peristirahatan sebagian banyak pengunjung.

Faktor kelima yaitu selera masyarakat/konsumen yang diduga semakin turun. Hal ini karena gaya hidup masyarakat yang semakin modern dan hedegonis serta banyaknya tempat wisata lain di Bandung. Dari hasil wawancara penulis dengan sebagian pengunjung pada saat pra penelitian, pengunjung memberikan komentar yang hampir sama, yaitu mereka datang ke kebun binatang hanya memenuhi keinginan anaknya bukan dari keinginan orang tua itu sendiri. Misalnya, As Yung (34), warga Perumahan Taman Kopo Indah I, Kabupaten Bandung, menyatakan datang ke Kebun Binatang Tamansari untuk memenuhi keinginan anaknya, Endi (2,5). "Kalau bukan karena anak, saya tidak ke sini," ujarnya. Hal yang sama diungkapkan Ibu Tatang (47). "Cucu saya ingin melihat gajah, jadi saya ajak ke sini," kata warga Kelurahan Cipedes, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung ini

Adapun judul yang akan penulis angkat pada penelitian ini yaitu “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Pariwisata Kebun Binatang Bandung**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung?
2. Seberapa besar faktor-faktor tersebut mempengaruhi permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan

Berdasarkan ruang lingkup rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung?
2. Untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor tersebut mempengaruhi permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perkembangan ilmu ekonomi mikro terutama dalam bahasan permintaan jasa pariwisata.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rekomendasi bagi lembaga yang terkait dalam upaya penanganan masalah permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung.

1.4 Kerangka Pemikiran

Permintaan suatu barang atau jasa diartikan sebagai banyaknya barang dan jasa yang diminta dan ingin dimiliki oleh seseorang pada waktu dan tingkat harga tertentu. Lincoln Arsyad (1993:125) mengemukakan hal yang serupa bahwa dalam ilmu ekonomi istilah permintaan menunjukkan jumlah barang dan jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu.

Permintaan masyarakat akan suatu barang atau jasa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Samuelson (1996:79), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang/jasa ditentukan oleh:

1. Harga barang yang bersangkutan
2. Pendapatan rata-rata konsumen
3. Jumlah penduduk
4. Harga barang/jasa lain yang berhubungan dengan selera konsumen
5. Faktor khusus lainnya.

Selanjutnya menurut Bilas (1995:12), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah :

1. Harga barang
2. Barang-barang lain
3. Pendapatan (income)
4. Selera (Taste)
5. Kemakmuran (wealth)

Lalu Dominick Salvator (1989:16) mengemukakan bahwa permintaan dipengaruhi oleh:

1. Harga komoditi
2. Pendapatan nominal individu
3. Citarasa
4. Harga komoditi lain

Hal yang sama diungkapkan oleh Winardi (1990:23), menurutnya terdapat faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa yaitu:

1. Harga barang/jasa tersebut
2. Pendapatan para pembeli
3. Selera para pembeli
4. Harga barang/jasa yang berhubungan erat dengan barang tersebut.

Dalam bidang pariwisata, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa pariwisata menurut Salah Wahab (1996:9) yaitu dapat dikarenakan dorongan bawah sadar (irrasional) dan dorongan yang disadari (rasional). Dorongan bawah sadar terdiri dari lingkup pergaulan dan ikatan keluarga, tingkah laku prestise,

tiruan dan mode, perasaan-perasaan keagamaan, hubungan masyarakat dan promosi pariwisata, iklan dan penyebaran informasi pariwisata, dan kondisi ekonomi (pendapatan dan biaya), sedangkan dorongan yang disadari terdiri dari sumber-sumber wisata, fasilitas wisata, kondisi lingkungan dan sikap masyarakat setempat terhadap orang asing, susunan kependudukan, situasi politik, dan keadaan geografis

Adrian Bull (1995) dalam I Made Sukarsa (1999 : 21) menulis beberapa tipe variabel yang mempengaruhi permintaan bersama pembatasannya. Tabel di bawah ini menunjukkan beberapa variabel ekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata.

Tabel 1.2
Variabel Ekonomi Yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Daerah/Negara Pengirim	Daerah/Negara Penerima	Variabel Antara
a. Pendapatan Personal b. Distribusi Pendapatan c. Pilihan Hari Raya d. Nilai Mata Uang e. Kebijakan Perpajakan dan Pengawasan terhadap Pengeluaran Wisatawan	a. Tinggi Harga b. Kondisi Persaingan Sarana Pariwisata c. Kualitas produk Pariwisata (atraksi wisata, fasilitas wisata, dan kemudahan pencapaian objek wisata) d. Aturan Bidang Ekonomi Terhadap Wisatawan	a. Perbandingan harga antara daerah penerima dan pengirim wisatawan b. Usaha promosi yang dilakukan daerah penerima di daerah pengirim c. Kurs Valuta Asing d. Waktu/biaya perjalanan.

Tabel di atas diterapkan kepada pendekatan matematis, maka model fungsi permintaan terhadap produk wisata permintaan menjadi :

$$T = f (y_d, H, Ex, Tx, Pd, Qd, R, Pc, Pr, C)$$

Maksudnya :

T = Permintaan Terhadap Produk Pariwisata

Yd = Pendapatan Personal

H = Hari Raya (Liburan)

Tx = Kebijakan Perpajakan

Pd = Tingkat Harga Destinasi

Qd = Kualitas Produk Pariwisata

R = Aturan terhadap Wisatawan

Pc = Perbandingan Harga

Pr = Promosi

C = Biaya Perjalanan

Lain halnya dengan pendapat Richard Shite (2000:55), menurutnya faktor-faktor ekonomi dan ekonomi yang mempengaruhi permintaan jasa pariwisata antara lain pendapatan, harga yang harus dibayar, kualitas produk yang dihasilkan atau ditawarkan hubungan politik negara, hubungan ekonomi antar negara, hubungan sosial budaya antar negara, perubahan cuaca atau iklim, faktor-faktor hari libur, peraturan pemerintah negara asal, *foreign exchange procedure*, dan teknologi transportasi.

Berdasarkan teori-teori yang dikemukakan di atas banyak faktor yang mempengaruhi permintaan akan suatu barang atau jasa, namun yang akan diambil sebagai variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas yaitu tarif masuk, pendapatan konsumen, atraksi wisata, fasilitas wisata, dan selera konsumen.

- Tarif masuk

Tarif masuk/Harga dalam penelitian ini adalah tarif masuk Kebun Binatang Bandung. Hubungan Tarif masuk/harga dengan permintaan adalah negatif. Menurut hukum permintaan, “jika harga barang atau jasa X naik/turun, maka kuantitas permintaan barang/jasa X akan naik atau turun” (Vincent Gasperzs 1999: 14). Hukum permintaan tersebut berlaku jika serta variabel lainnya dalam fungsi permintaan bersifat konstans atau tidak berubah.

- Pendapatan Konsumen

Pendapatan konsumen dalam penelitian ini adalah pendapatan yang diterima responden (pengunjung) dalam satu bulan selama satu tahun. Hubungan pendapatan konsumen dengan permintaan adalah positif. Jika pendapatan konsumen naik, maka permintaan terhadap jasa pariwisata Kebun Binatang akan naik. Begitu sebaliknya. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan Walter Nicholson (1991:72), menurutnya apabila pendapatan bertambah otomatis bagian dari pendapatan yang dibelanjakan juga akan bertambah sehingga jumlah barang yang bisa dibeli juga meningkat.

- Atraksi Wisata

Atraksi wisata dalam penelitian ini adalah sesuatu yang menjadi daya tarik orang-orang untuk datang berkunjung ke Kebun Binatang Bandung berupa daya tarik terhadap keanekaragaman binatang, museum Zoologi, wahana gajah tunggang, wahana unta tunggang, gedung

kesenian, dan wisata air yang ada di kebin binatang ini. Menurut Andrian Bull dalam I Made Sukarsa (1999 : 21), salah satu variabel ekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata adalah kualitas produk wisata. Di mana atraksi wisata merupakan komponen dalam produk wisata. Hubungan antara atraksi wisata dengan permintaan adalah positif.

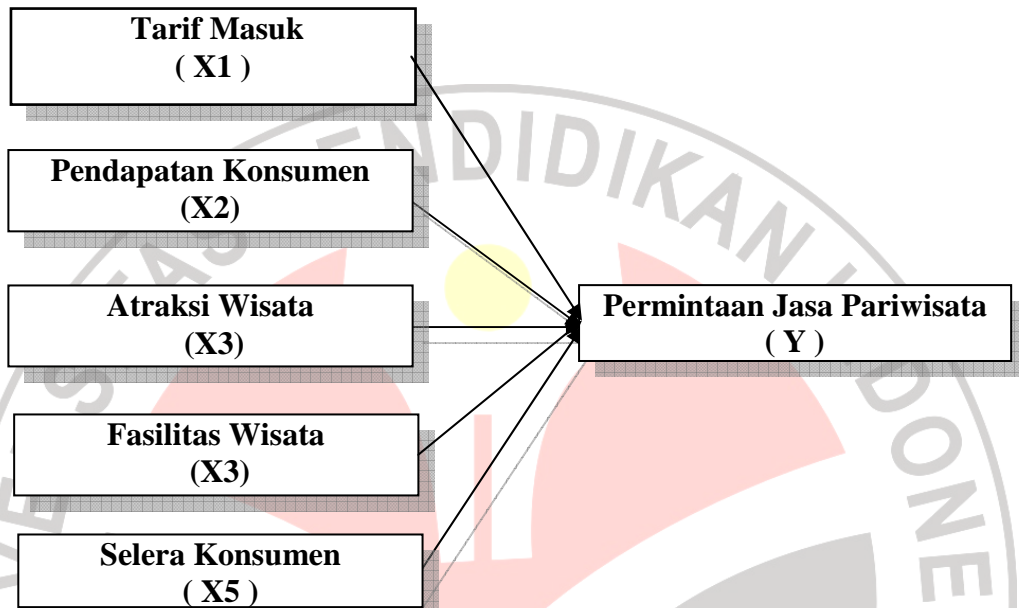
- Fasilitas Wisata

Fasilitas yang diteliti dalam penelitian ini berupa ketersediaan jalan setapak, telepon umum, drainase air hujan, tempat parkir, kedai makan dan minum, kenyamanan dan kenyamanan tempat berteduh dan tempat bersantai, ketersediaan bangku taman, tempat sampah, papan informasi profil binatang, papan petunjuk arah, musola, WC umum, pos keamanan, dan pusat informasi. Menurut Mill dan Morrison (1985: 205) pendukung agar atraksi wisata memiliki kekuatan dan menarik pengunjung salah satunya adalah fasilitas kegiatan bagi pengunjung. Fasilitas wisata memiliki hubungan yang positif terhadap permintaan yang dilakukan.

- Selera Konsumen

Selera konsumen dalam penelitian ini adalah rasa kesukaan atau kesenangan pengunjung akan jasa Kebun Binatang Bandung. Selera konsumen memiliki hubungan positif dengan tingkat permintaan. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Vincent Gaspersz (2001:19) "Jika selera konsumen terhadap barang atau jasa X naik/turun, maka kuantitas permintaan barang atau jasa X akan naik/turun, dengan asumsi nilai dari variabel-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan."

Berdasarkan teori dan rumusan masalah serta tujuan penelitian yang akan diteliti di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Hubungan Antara Permintaan Jasa Pariwisata Kebun Binatang Dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya.

1.5 Asumsi

Batasan-batasan Asumsi seperti yang dikemukakan Komarudin (1982:22), bahwa Asumsi adalah:

“Suatu yang dianggap tidak mempengaruhi atau dianggap konstan. Asumsi menetapkan faktor-faktor yang diawasi, asumsi dapat berhubungan dengan syarat-syarat, asumsi juga dapat memberikan hakekat, bentuk dan arah argumentasi”.

Bertitik tolak dari pemikiran diatas, maka asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan jasa wisata Kebun Binatang Bandung selain faktor tarif masuk, pendapatan konsumen, atraksi wisata, fasilitas wisata, serta selera konsumen, dianggap konstan pada saat penelitian dilakukan.

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah anggapan dasar terhadap suatu masalah. Sugiyono (2004 : 70) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.”

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua macam. Yaitu hipotesis Mayor dan hipotesis minor. Hipotesis mayor adalah hipotesis induk yang menjadi sumber dari anak-anak hipotesis (*hipotesis minor*), dan hipotesis minor merupakan penjabaran dari hipotesis mayor tersebut. Dari pengertian di atas, hipotesis dari penelitian yang akan penulis lakukan adalah:

2.6.1 Hipotesis Mayor

Tarif masuk, pendapatan konsumen, atraksi wisata, fasilitas wisata, selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung.

2.6.2 Hipotesis Minor

Dalam penelitian ini dapat diambil beberapa hipotesis minor sebagai pengembangan dari hipotesis mayor:

1. Tarif masuk kebun binatang berpengaruh signifikan secara negatif terhadap permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung.
2. Pendapatan konsumen berpengaruh signifikan secara positif terhadap permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung.
3. Atraksi Wisata berpengaruh signifikan secara positif terhadap permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung.
4. Fasilitas wisata berpengaruh signifikan secara positif terhadap permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung.
5. Selera konsumen berpengaruh signifikan secara positif terhadap permintaan jasa pariwisata Kebun Binatang Bandung.