

## **BAB 2**

### **EFEK PENGGANDA PADA KEGIATAN PEREKONOMIAN**

#### **2.1 Pariwisata**

Berdasarkan Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, kepariwisataan merupakan seluruh kegiatan terkait pariwisata yang bersifat multidimensi dan multidisiplin sebagai wujud dari kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi wisatawan dengan penduduk setempat, pemerintah, sesama wisatawan, dan pengusaha. Kepariwisataaan bertujuan sebagai pemenuhan kebutuhan rohani, jasmani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan, serta bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Adapun tujuan kepariwisataan menurut Afina (2019) adalah sebagai berikut:

1. Menstimulasi kesejahteraan,
2. Menstimulasi pertumbuhan ekonomi,
3. Memberantas kemiskinan,
4. Mengurangi pengangguran,
5. Melestarikan sumberdaya dan lingkungan,
6. Meningkatkan citra bangsa,
7. Memajukan budaya,
8. Menimbulkan rasa cinta tanah air,
9. Memperkuat jati diri serta kesatuan bangsa,
10. Menjaga persahabatan antarbangsa.

Berdasarkan Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, yang dimaksud dengan pariwisata merupakan seluruh kegiatan wisata yang didukung berbagai layanan dan fasilitas yang disediakan masyarakat, pemerintah, pemerintah daerah, serta pengusaha. Adapun dalam undang – undang ini menjelaskan mengenai tujuan pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Mengenalkan, memberdayakan, melestarikan, meningkatkan kualitas, serta daya tarik dari wisata,

2. Menanamkan rasa cinta tanah air juga mempererat hubungan antarbangsa,
3. Menambah dan menyebarkan kesempatan usaha dan lapangan kerja,
4. Menambah pendapatan negara dengan tujuan mensejahterakan dan memakmurkan rakyat,
5. Mendukung penggunaan produk nasional.

Pariwisata adalah sektor yang memiliki potensi tinggi dalam memajukan ekonomi suatu wilayah sehingga dapat mengurangi kemiskinan dengan cara membuka lapangan kerja yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakatnya. Hal tersebut dapat berdampak pada kegiatan ekonomi di KSK Sentra Sepatu dan Olahan Kulit Cibaduyut dengan adanya aliran uang dari pengeluaran para pengunjung sehingga memiliki dampak positif berkenaan dengan perekonomian penduduk sekitarnya.

Berdasarkan pendapat Mill dan Morisson yang dikutip oleh Afina (2019), terdapat variabel sosial ekonomi yang berdampak pada permintaan suatu pariwisata, antara lain:

1. Umur  
Korelasi antara pariwisata dengan umur memiliki dua unsur yaitu banyaknya waktu luang dan aktivitas yang memiliki korelasi dengan tingkatan umur tersebut. Kelompok umur lebih tua memiliki perbedaan pola konsumsi dengan kelompok umur lebih muda
2. Pendapatan  
Faktor utama yang berdampak pada permintaan perjalanan wisata adalah pendapatan. Biaya yang dikeluarkan seorang wisatawan tidak hanya untuk perjalanan wisata saja, namun wisatawan tersebut mengeluarkan biaya untuk barang atau jasa yang didapatkan selama melakukan perjalanan wisata.

### 3. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat berdampak pada waktu luang yang digunakan dalam melakukan suatu perjalanan yang ditentukan. Selain itu, tingkat pendidikan.

Beberapa penjelasan di atas menyimpulkan bahwa kegiatan pariwisata memiliki ciri – ciri sebagai berikut:

1. Memiliki dua tempat yang berkaitan, antara lain daerah asal dan daerah tujuan,
2. Daerah tujuan mempunyai daya tarik dan objek wisata,
3. Daerah tujuan mempunyai fasilitas pariwisata,
4. Kegiatan wisata di daerah tujuan dilakukan untuk sementara waktu,
5. Berdampak pada daerah yang dituju khususnya pada aspek ekonomi dan lingkungan.

## 2.2 Wisatawan dan Pengunjung

Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mendefinisikan wisatawan sebagai seseorang yang melakukan wisata. Berdasarkan pendapat Nyoman yang dikutip Afina (2019), wisatawan merupakan seseorang yang melakukan aktivitas wisata atau seseorang yang melakukan perjalanan dalam waktu yang sementara menuju tempat yang asing untuknya dan tidak bertujuan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Pendit (2002), mengatakan bahwa terdapat batas – batas seseorang disebut wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan dalam kurun waktu kurang dari 24 jam hingga maksimal tiga bulan. Ada pun ciri – cirinya meliputi:

1. Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan yang bertujuan untuk bersenang – senang untuk kebutuhan pribadi atau kesehatan.

2. Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan yang bertujuan untuk bisnis atau pertemuan sebagai perwakilan dari suatu badan atau organisasi.
3. Pejabat pemerintahan dan anggota militer bersama keluarganya yang melakukan perjalanan ke wilayah lain dapat juga tergolong dalam wisatawan.

Adapun perbedaan jenis wisatawan sebagai berikut:

1. Wisatawan Antar Negara (Mancanegara) yaitu seseorang yang mengadakan perjalanan wisata ke luar negara yang ditinggali.
2. Wisatawan Nasional (Domestik) merupakan seseorang yang mengadakan perjalanan wisata di sekitar wilayah Indonesia dan di luar domisili orang tersebut dalam kurun waktu kurang dari 24 jam atau pun menginap dan bukan bertujuan untuk mencari nafkah.

Menurut Pendit (2002), seseorang yang mengunjungi suatu destinasi dapat dikatakan sebagai pengunjung dan terdiri dari beberapa orang dan beragam motivasi kunjungan, termasuk di dalamnya wisatawan sehingga dapat dikatakan bahwa tidak semua pengunjung merupakan wisatawan. *United Nation of International Travel and Tourism* dalam Afina (2019), mengklasifikasikan pengunjung sebagai:

1. Turis / Wisatawan

Turis adalah seseorang yang mengunjungi sebuah negara setidaknya 24 jam yang bertujuan menikmati waktu luang (*leisure tourism*) atau bisa juga tujuannya untuk bisnis (*business tourism*). *Leisure tourism* bisa jadi melakukan rekreasi, olahraga, atau liburan. Sedangkan *Business tourism* bisa melakukan survei, kepentingan bisnis, mengunjungi kolega atau relasi.

2. Pelancong

Biasa juga disebut sebagai *Excursionists*, adalah seseorang yang mengunjungi suatu negara namun kurang dari jangka waktu 24 jam.

Yoeti dalam Afina (2019), berpendapat bahwa yang seseorang yang mengunjungi suatu destinasi berperan sebagai sumber pendapatan (*income generator*) dan juga sebagai alat pemerataan (*redistribution of income*) untuk penduduk dan unit usaha setempat. Pitana dan Diarta (2009), menyebutkan bahwa seseorang yang berkunjung ke suatu tempat destinasi untuk sementara waktu bertujuan memanfaatkan sumber daya dan fasilitas yang tersedia. Afina (2019), menyebutkan bahwa seorang yang berkunjung umumnya mengeluarkan biaya untuk bermacam keperluannya dan kemudian kembali ke tempat tinggalnya. Biaya yang dikeluarkan oleh seseorang tersebut di suatu lokasi dapat menimbulkan dampak positif untuk perekonomian penduduk setempat yang disebut efek pengganda. Suatu lokasi dapat terlihat berkembang atau tidaknya dari besarnya dampak uang yang dibelanjakan oleh para pengunjungnya.

Berdasarkan pendapat Vanhove dalam Isterah (2014), dampak total suatu lokasi pariwisata pada ekonomi tempat tersebut adalah hasil penjumlahan dari dampak langsung dan dampak tidak langsung. Adapun dampak ekonomi langsung merupakan dampak primer. Dalam hal ini, dampak ekonomi langsung berupa penghasilan unit usaha yang didapatkan dari pengeluaran pengunjung. Dampak ekonomi tidak langsung dan dampak ekonomi lanjutan merupakan dampak sekunder. Dampak ekonomi tidak langsung didapatkan dari jumlah biaya yang dikeluarkan unit usaha di dalam lokasi tersebut dan penghasilan para tenaga kerjanya. Sedangkan, untuk dampak lanjutan diperoleh dari pembelanjaan rumah tangga di lokasi tersebut yang bersumber dari gaji. Yoeti dalam Afina (2019), mengatakan selain menghasilkan dampak positif pada perekonomian setempat terdapat juga pengeluaran pengunjung yang tidak berimbas pada perekonomian setempat dan hal ini disebut kebocoran (*leakage*). Kebocoran yang dimaksud disebabkan oleh uang yang digunakan di luar lokasi seperti halnya biaya transportasi menuju tempat tersebut.

### **2.3 Efek Pengganda**

Suatu kegiatan pariwisata sejatinya menimbulkan dampak ekonomi yang terbagi menjadi tiga yaitu dampak ekonomi langsung, dampak ekonomi tidak langsung, dan dampak ekonomi lanjutan. Berdasarkan pendapat META yang dikutip Isterah (2014), dampak ekonomi langsung merupakan nilai total pengeluaran seorang pengunjung di suatu tempat seperti halnya biaya untuk makan dan belanja. Dampak ekonomi tidak langsung merupakan aktivitas ekonomi dengan perputaran rupiah yang diterima dari pengunjung. Sedangkan, dampak ekonomi lanjutan merupakan pengeluaran dari penghasilan penduduk setempat dari gaji dan keuntungan yang didapat dari dampak ekonomi langsung dan dampak ekonomi tidak langsung. Apabila seorang pengunjung membelanjakan uangnya di luar tempat wisata, maka disebut sebagai kebocoran. Menurut Yoeti yang dikutip Afina (2019), apabila kebocoran yang terjadi di suatu lokasi semakin kecil maka semakin baik bagi lokasi tersebut. Namun, apabila kebocoran yang terjadi semakin besar maka semakin sedikit dampak ekonomi yang diperoleh oleh penduduk setempat lokasi tersebut.

Efek pengganda yang dimaksud dalam penelitian ini berdasar pada stimulasi uang yang secara langsung ditujukan pada perekonomian. Banyaknya uang yang dibelanjakan pengunjung menjadi penghasilan unit usaha. Selanjutnya, sejumlah uang tersebut unit usaha digunakan untuk operasional yang secara tidak langsung berlanjut pada tenaga kerja. Pendapatan tidak langsung juga berakhir pada pedagang makanan, minuman, hingga sekolah.

### **2.4 Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu yang telah mengkaji efek pengganda menjadi rujukan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu juga bagian dari upaya penulis dalam menentukan perbandingan dengan penelitian yang telah dilakukan. Berikut beberapa penjabaran penelitian terdahulu terkait efek pengganda:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Judul	Tahun	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Ir., Achadiat Dristasto, M.T. & Annisa Ayu Anggraeni	Analisis Dampak Ekonomi Wisata Bahari Terhadap Pendapatan Masyarakat di Pulau Tidung	2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usia</li> <li>2. Pendidikan terakhir</li> <li>3. Pekerjaan</li> <li>4. Pendapatan</li> <li>5. Asal daerah</li> <li>6. Cara kedatangan</li> <li>7. Jumlah rombongan</li> <li>8. Jenis usaha</li> <li>9. Lama usaha</li> <li>10. Bidang usaha tenaga kerja</li> <li>11. Jumlah tenaga kerja</li> <li>12. Pengeluaran</li> </ol>	Deskriptif Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karakteristik sosial ekonomi wisatawan, unit usaha, tenaga kerja</li> <li>2. Dampak ekonomi langsung: Proporsi terbesar pengeluaran wisatawan untuk sewa alat dan jasa sebesar 22,78% Proporsi terkecil pengeluaran wisatawan untuk souvenir sebesar 12.02%</li> <li>3. Dampak ekonomi tidak langsung: Proporsi terbesar pengeluaran wisatawan untuk sewa alat dan jasa sebesar 22,78% Proporsi terkecil pengeluaran wisatawan untuk souvenir sebesar 12.02%</li> <li>4. Dampak ekonomi lanjutan: Proporsi pengeluaran tenaga kerja di dalam daerah dan keluar daerah</li> <li>5. Nilai <i>Keynesian Local Income Multiplier</i> sebesar 0.28, nilai <i>Ratio Income Multiplier I</i> sebesar 1.35, nilai <i>Ratio Income Multiplier II</i> sebesar 1.59</li> </ol>
2	Isterah	Dampak Ekonomi dan Strategi Pengelolaan Kebun Raya Bogor Sesuai Daya Dukung Kawasan Wisata	2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usia</li> <li>2. Asal kota</li> <li>3. Pendidikan terakhir</li> <li>4. Jenis pekerjaan</li> <li>5. Tingkat pendapatan</li> <li>6. Frekuensi kunjungan</li> <li>7. Motivasi kunjungan</li> <li>8. Kegiatan kunjungan</li> <li>9. Mengunjungi bersama</li> <li>10. Persepsi responden</li> </ol>	Deskriptif Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbedaan jumlah pengunjung KRB</li> <li>2. Nilai <i>Keynesian Local Income Multiplier</i> sebesar 1.0, nilai <i>Ratio Income Multiplier I</i> sebesar 1.40, nilai <i>Ratio Income Multiplier II</i> sebesar 1.60</li> <li>3. Strategi pengelolaan objek wisata Kebun Raya Bogor</li> </ol>

No.	Penulis	Judul	Tahun	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				11. Jumlah Pengunjung 12. Luas area wisata 13. Proporsi pengeluaran wisata 14. Proporsi waktu kunjungan 15. Proporsi pengeluaran unit usaha & tenaga kerja		
3	Denadia Mutty	Analisis Dampak Ekonomi Kegiatan Wisata Alam (Studi Kasus: Floating Market Lembang, Bandung)	2015	1. Jenis kelamin 2. Usia 3. Status pernikahan 4. Pendidikan terakhir 5. Pekerjaan 6. Pendapatan 7. Jumlah Tanggungan 8. Domisili 9. Frekuensi kunjungan 10. Motivasi kunjungan 11. Aktivitas saat kunjungan 12. Pengeluaran kunjungan 13. Persepsi responden terhadap destinasi	Deskriptif Kuantitatif	1. Karakteristik pengunjung dan tenaga kerja 2. Faktor pengaruh permintaan wisata 3. Nilai <i>Keynesian Local Income Multiplier</i> sebesar 1.3, nilai <i>Ratio Income Multiplier I</i> sebesar 2.0, dan nilai <i>Ratio Income Multiplier II</i> sebesar 2.1
4	Muhammad Ikhsan	Multiplier Effect Industri Pariwisata Candi Muara Takus Terhadap Perekonomian Masyarakat Di Kecamatan XII Koto Kampar	2017	1. Usia 2. Jenis Kelamin 3. Tingkat Pendidikan 4. Jenis Usaha 5. Lama Jam Kerja 6. Pendapatan 7. Domisili 8. Kondisi fasilitas objek wisata 9. Pengeluaran unit usaha &	Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif	1. Karakteristik pengunjung, unit usaha, dan tenaga kerja 2. Persepsi pengunjung, pelaku usaha, dan tenaga kerja terkait kondisi objek wisata 3. Nilai <i>Keynesian Local Income Multiplier</i> sebesar 2.6, nilai <i>Ratio Income Multiplier I</i> sebesar 1.0, dan nilai <i>Ratio Income Multiplier II</i> sebesar 1.19



No.	Penulis	Judul	Tahun	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Kabupaten Kampar		tenaga kerja		
5	Afina	Analisis Efek Pengganda Kawasan Ekonomi Eksklusif Tanjung Lesung	2019	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usia</li> <li>2. Asal</li> <li>3. Pendidikan</li> <li>4. Pekerjaan</li> <li>5. Pendapatan</li> <li>6. Pengeluaran</li> </ol>	Deskriptif Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi perkembangan</li> <li>2. Karakteristik wisastawan</li> <li>3. Nilai <i>Keynesian Local Income Multiplier</i> sebesar 0.03, nilai <i>Ratio Income Multiplier I</i> sebesar 1.59, dan nilai <i>Ratio Income Multiplier II</i> sebesar 1.64.</li> </ol>

Sumber: Hasil Studi, 2020.

Berdasarkan tabel di atas, beberapa penelitian terdapat topik dan variabel yang identik. Variabel yang paling sering digunakan adalah variabel usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan. Kebanyakan dari metode yang digunakan dalam penelitian pun sama. Hasil dari penelitian terdahulu akan menjadi rujukan dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut merupakan hasil sintesa literatur untuk penelitian ini:

**Tabel 2. 2**  
**Sintesa Literatur**

Variabel	Sumber	Indikator	Indikator Terpilih
Karakteristik pengunjung	Ir., Achadiat Dritasto, M.T. & Annisa Ayu Anggraeni, 2013	Usia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis kelamin</li> <li>• Usia</li> <li>• Pekerjaan</li> <li>• Tingkat pendidikan</li> <li>• Domisili</li> <li>• Pendapatan</li> <li>• Proporsi pengeluaran wisatawan</li> </ul>
		Tingkat pendidikan	
		Pekerjaan	
		Pendapatan	
		Domisili	
		Cara kedatangan	
		Jumlah rombongan	
	Jenis usaha		
	Denadia Mutty, 2015	Jenis kelamin	
		Usia	
		Status pernikahan	
		Tingkat pendidikan	
		Pekerjaan	
		Pendapatan	
		Jumlah tanggungan	
	Domisili		
	Muhammad Ikhsan,	Usia	
Jenis kelamin			

Variabel	Sumber	Indikator	Indikator Terpilih
	2017	Tingkat pendidikan	
		Jenis usaha	
		Lama jam kerja	
		Pendapatan	
		Domisili	
		Kondisi fasilitas objek wisata	
Belanja pengunjung	Isterah (2014)	Proporsi pengeluaran wisatawan	Proporsi pengeluaran pengunjung untuk sekali kunjungan
	Denadia Mutty (2015)	Pengeluaran untuk pariwisata	
	Afina (2019)	Proporsi pengeluaran kunjungan	
Efek pengganda	Vanhove (2005)	Dampak langsung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dampak langsung</li> <li>• Dampak tidak langsung</li> <li>• Dampak lanjutan</li> </ul>
		Dampak tidak langsung	
		Dampak lanjutan	

Sumber: Hasil Studi, 2020.

## 2.5 Definisi Operasional Variabel

Penyimpangan pada saat pengumpulan data adalah hal yang sering terjadi pada saat melakukan penelitian. Hal tersebut biasanya disebabkan oleh penggunaan instrumen pengumpulan data yang tidak tepat. Untuk mengatasinya, dapat dilakukan dengan cara menjelaskan definisi operasional variabel. Berikut terdapat tabel operasional variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 2. 3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Tujuan	Sasaran	Variabel	Indikator	Parameter	Metode Analisis	Metode Pengumpulan Data	Output
Analisis Efek Pengganda yang ditimbulkan pengunjung KSK Sentra Sepatu dan Olahan Kulit Cibaduyut	Identifikasi karakteristik dan belanja pengunjung	Karakteristik pengunjung	Jenis kelamin	Pria	Analisis Deskriptif	Pengumpulan Data Primer	Karakteristik dan Uang Belanja Pengunjung KSK Sentra Sepatu dan Olahan Kulit Cibaduyut
				Wanita			
			Usia	<15 tahun			
				15 – 25 tahun			
				26 – 35 tahun			
				36 – 45 tahun			
				46 – 55 tahun			
				56 – 65 tahun			
			>65 tahun				
			Pekerjaan	PNS			
				Pelajar/Mahasiswa			
				Wiraswasta			
				Karyawan BUMN			
		Karyawan swasta					
Lainnya							
Pendidikan	SD/Sederajat						
	SMP/Sederajat						
	SMA/Sederajat						
	D1/D2/D3						
	S1/S2/S3						
Domisili	Bandung						
	Luar Bandung						
Belanja pengunjung	Pendapatan perbulan	Rupiah yang didapatkan perbulannya	Analisis Deskriptif Kuantitatif				
	Pengeluaran sekali kunjungan	Rupiah yang dikeluarkan dalam sekali belanja					

Tujuan	Sasaran	Variabel	Indikator	Parameter	Metode Analisis	Metode Pengumpulan Data	Output
	Analisis Efek Pengganda	Dampak Langsung	Pendapatan unit usaha	Rupiah yang didapat perbulannya	Analisis Efek Pengganda		Nilai Koefisien Efek Pengganda
		Dampak Tidak Langsung	Pengeluaran unit usaha	Rupiah yang dikeluarkan perbulannya			
		Dampak Lanjutan	Pengeluaran tenaga kerja	Rupiah yang dikeluarkan perbulannya			

Sumber: Hasil Analisis, 2020.