

**PENGARUH PARIWISATA SYARIAH
DAN PRODUK KEPARIWISATAAN
TERHADAP PENDAPATAN EKONOMI MASYARAKAT
(Studi Kasus Di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono
Kabupaten Semarang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna
Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi
Islam



Disusun Oleh:

RINI SETIYONINGSIH

NIM: 1405026023

**EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI (UIN) WALISONGO
SEMARANG
2019**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka kampus III Ngaliyan (024) 7601291 Fax. 7624691 Semarang 50185

Hal : PERSETUJUAN PEMBIMBING
An. Sdri. Rini Setiyoningsih

Kepada

Yth. Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Rini Setiyoningsih
NIM : 1405026023
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Pariwisata Dan Produk Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Lemah (Studi Kasus Di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang).

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera diujikan. Demikian Harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 25 Juni 2019

Pembimbing I

Ade Yusuf Mujaddid, H., M. Ag
NIP. 19670119 199803 1 002

Pembimbing II

Ibu Cita Sary Dja'akum, SHI., MEI
NIP. 19820422 201503 2 004



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang
Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Rini Setiyoningsih
NIM : 1405026023
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Pariwisata Syariah dan Produk Kepariwisataaan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan Lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal :

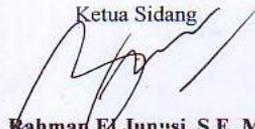
22 Juli 2019

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

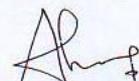
Semarang, 22 Juli 2019

Mengetahui,

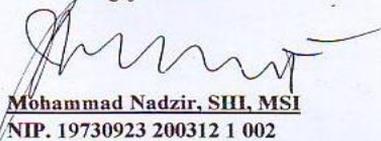
Ketua Sidang


Rahman El Junusi, S.E., M.M.
NIP. 196911182000031001

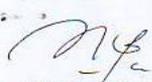
Sekretaris Sidang


H. Ade Yusuf Mujaddid, H., M.Ag
NIP. 19670119 199803 1 002

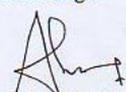
Penguji Utama I


Mohammad Nadzir, SHI, MSI
NIP. 19730923 200312 1 002

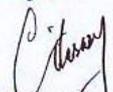
Penguji Utama II


Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag
NIP. 19690830 199403 2 003

Pembimbing I


H. Ade Yusuf Mujaddid, H., M.Ag
NIP. 19670119 199803 1 002

Pembimbing II


Ibu Cita Sary Dja'akum, SHI., MEI
NIP. 19820422 201503 2 004

ABSTRAK

Semakin berkembangnya sektor pariwisata, diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar kawasan wisata. Potensi yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan pariwisata dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan yang datang akan tercipta pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan dalam berwisata yang tidak terlupakan. Dengan demikian, maka peran produk pariwisata menjadi sangat penting dalam kegiatan perjalanan wisata. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Pariwisata Syariah dan Produk Kepariwisataan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi di Desa Keseneng Kec Sumowono Kab Semarang)”. Setelah penelitian ini dilakukan, diharapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak diantaranya adalah menambah pengetahuan mengenai pariwisata syariah, produk kepariwisataan dan pendapatan ekonomi masyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket. Pengambilan sampel yang digunakan menggunakan metode sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jumlah responden sebanyak 40 orang. Teknis analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji *multikolinieritas*, uji koefisien determinasi, uji F dan uji T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pariwisata syariah tidak berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi masyarakat disekitar kawasan Curug Tujuh Bidadari, sedangkan variabel produk wisata berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi masyarakat disekitar kawasan Curug Tujuh Bidadari. Uji T menunjukkan bahwa variabel pariwisata syariah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Hal ini dilihat dari $T_{hitung} = 0,834 < T_{tabel} 2,026$ dan $sig\ 0,409 > 0,05$. Sedangkan variabel produk

kepariwisataan berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi masyarakat sekitar, karena mempunyai nilai signifikan $T_{hitung} = 2,274 > T_{tabel} = 2,026$ dan $sig\ 0,029 < 0,05$.

Kata kunci : Pariwisata Syariah, Produk Kepariwisataaan, Pendapatan Ekonomi Masyarakat.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan penulis.

Semarang, 25 Juni 2019

Deklarator,



Rini Setyoningsih

NIM. 1405026023

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى ﴿٣٩﴾

Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.

(Surah An-Najm: 39)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini ku persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Mudasir (Alm) dan Ibunda Komariyah.

Terimakasih telah mendukung serta tiada henti mendoakan keberhasilanku. Terimakasih telah berada di sampingku. Terimakasih untuk segala pengorbananmu membesarkan dan memberikan pendidikan yang layak kepadaku Ibu.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah robbil'amin, puji syukur penulis panjatkan atas segala karunia Allah SWT yang telah memberikan nikmat, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat Islam yang dinantikan *syafa'atnya* di hari akhir nanti. Amin.

Dalam pelaksanaan penelitiann dan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PARIWISATA SYARIAH DAN PRODUK KEPARIWISATAAN TERHADAP PENDAPATAN EKONOMI MASYARAKAT (Studi Kasus Di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)”** ini penulis mengalami banyak hambatan dan kesulitan. Namun dengan adanya bantuan, dukungan serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

3. Dr. H Muhlis, M.Si. selaku wali dosen. Terimakasih telah menjadi “orang tua kedua” selama penulis kuliah, dan terimakasih atas ilmu yang luar biasa yang telah diberikan.
4. Ade Yusuf Mujaddid, H.,M.Ag selaku Dosen Pembimbing I, serta Ibu Cita Sary selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Pegawai Curug Tujuh Bidadari dan masyarakat sekitar Curug yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua, Ayahanda Mudasir (Alm) dan Ibunda Komariyah yang selalu memberikan semangat serta doa yang tiada henti, serta keluarga besar saya yang telah membantu tenaga, pikiran dan doa.
8. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam 2014 yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Khususnya sahabat-sahabat “EI A 2014 dan teman-teman KKN posko 09” yang senantiasa memberikan semangat dan selalu ada dalam suka maupun duka.

9. Semua pihak yang turut membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, sekali lagi penulis ucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya. Semoga Allah membalas semua kebaikan dengan balasan yang berlimpah. Dengan penuh kesadaran penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 25 Juni 2019

Penulis

Rini Setiyoningsih

NIM 1405026023

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

أَيُّ = ay

أَوُّ = aw

D. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطبُّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al-...* misalnya الصناعة = *al-shina 'ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya الطبيعية المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
DEKLARASI	vi
MOTTO	vii
PESEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13

BAB II KERANGKA TEORITIK

2.1 Pariwisata	15
2.1.1 Pengertian Pariwisata	15

2.1.2	Landasan Pembangunan Pariwisata	18
2.1.3	Tujuan Pembangunan Kepariwisataaan	19
2.1.4	Jenis Pariwisata	21
2.1.5	Bentuk-bentuk Pariwisata	25
2.1.6	Pedoman Pariwisata Syariah	28
2.1.7	Indikator Pariwisata Syariah	32
2.2	Produk Pariwisata	33
2.2.1	Pengertian Produk Kepariwisataaan	33
2.2.2	Karakteristik Produk Pariwisata.....	34
2.2.3	Produk Pariwisata Berbasis Masyarakat	35
2.2.4	Jenis-jenis Produk Wisata	39
2.2.5	Community Based Tourism (CBT).....	40
2.2.6	Manfaat Pariwisata.....	41
2.2.7	Dampak Pariwisata	43
2.4	Pendapatan Ekonomi Islam	51
2.4.1	Pengertian Ekonomi Islam.....	51
2.4.2	Pertumbuhan Ekonomi Dalam Prespektif Islam	54
2.4.3	Faktor Pertumbuhan Ekonomi	56
2.4.4	Pendapatan.....	57
2.4.4.1	Penertian Pendapatan.....	57
2.4.4.2	Jenis Pendapatan.....	58
2.4.4.3	Faktor yang mempengaruhi pendapatan.....	59

2.5 Penelitian Terdahulu	61
2.6 Kerangka Teoritik	64
2.7 Hipotesis	65

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	68
3.2 Jenis dan Sampel Data	68
3.3 Populasi dan Sampel	70
3.4 Definisi Operasional	71
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.6 Analisis Data.....	75
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	75
3.6.2 Uji Normalitas	77
3.6.3 Uji Heterokedastisitas.....	78
3.6.4 Uji Multikolinieritas	79
3.6.5 Uji Hipotesis.....	81

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Profil Lembaga.....	85
4.1.1 Letak Geografis Curug Tujuh Bidadari	85
4.1.2 Sejarah Singkat dan Perkembangan Curug Tujuh Bidadari	86
4.1.3 Visi dan Misi Curug Tujuh Bidadari.....	88
4.1.4 Tujuan dan Manfaat Curug Tujuh Bidadari ..	89
4.1.5 Struktur Pengelolaan.....	89

4.2 Deskripsi Angket	93
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia...	93
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	95
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	96
4.2.5 Statistik Deskriptif	97
4.3 Analisa Data	111
4.3.1 Uji Validitas	111
4.3.2 Uji Reabilitas.....	113
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	114
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	114
4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas	116
4.3.3.3 Uji Multikolinieritas	117
4.4 Uji Hipotesis	118
4.4.1 Koefisien Determinasi.....	120
4.4.2 Uji F	120
4.4.3 Uji T	121
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	122

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Saran	128

5.3 Penutup128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Banyaknya Pengunjung di Tempat Rekreasi Di Kabupaten Semarang Tahun 2016	5
Tabel 4.2 Kategori Usia Responden.....	93
Tabel 4.3 Kategori Jenis Kelamin	94
Tabel 4.4 Kategori Jenjang Pendidikan.....	95
Tabel 4.5 Kategori Berdasarkan Pekerjaan	96
Tabel 4.6. Mean, Median, Modus	97
Tabel 4.7 Item 1 Pernyataan Pada Variabel Pariwisata.....	98
Tabel 4.8 Item 2 Pernyataan Pada Variabel Pariwisata.....	99
Tabel 4.9 Item 3 Pernyataan Pada Variabel Pariwisata.....	99
Tabel 4.10 Item 4 Pernyataan Pada Variabel Pariwisata.....	100
Tabel 4.11 Item 5 Pernyataan Pada Variabel Pariwisata.....	100
Tabel 4.12 Mean, Median, Modus	101
Tabel 4.13 Item 1 Pernyataan Pada Variabel Produk Wisata.....	102
Tabel 4.14 Item 2 Pernyataan Pada Variabel Produk Wisata.....	103
Tabel 4.15 Item 3 Pernyataan Pada Variabel Produk Wisata.....	103
Tabel 4.16 Item 4 Pernyataan Pada Variabel Produk Wisata.....	104
Tabel 4.17 Item 5 Pernyataan Pada Variabel Produk Wisata.....	104
Tabel 4.18 Item 6 Pernyataan Pada Variabel Produk Wisata.....	105
Tabel 4.19 Mean, Median, Modus	106

Tabel 4.20 Item 1 Pernyataan Pada Variabel Pertumbuhan Ekonomi	107
Tabel 4.21 Item 2 Pernyataan Pada Variabel Pertumbuhan Ekonomi	108
Tabel 4.22 Item 3 Pernyataan Pada Variabel Pertumbuhan Ekonomi	108
Tabel 4.23 Item 4 Pernyataan Pada Variabel Pertumbuhan Ekonomi	109
Tabel 4.24 Item 5 Pernyataan Pada Variabel Pertumbuhan Ekonomi	109
Tabel 4.25 Item 6 Pernyataan Pada Variabel Pertumbuhan Ekonomi	110
Tabel 4.26 Item 7 Pernyataan Pada Variabel Pertumbuhan Ekonomi	111
Tabel 4.27 Validitas Variabel Pariwisata, Produk Wisata dan Pertumbuhan Ekonomi	112
Tabel 4.28 Uji Reabilitas.....	114
Tabel 4.29 Hasil Uji Normalitas.....	115
Tabel 4.30 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	117
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinieritas	118
Tabel 4.32 Koefisien Determinasi.....	120
Tabel 4.33 Tabel Uji F	120
Tabel 4.34 Tabel Uji T	121

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Kerangka Teori.....	65
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki berjuta keindahan dari laut dan darat. Sehingga Indonesia mendapat julukan surganya wisata. Kekayaan alam Indonesia merupakan modal yang besar artinya kekayaan alam dapat dijadikan tempat pariwisata yang nantinya akan merubah sosial ekonomi masyarakat sekitarnya.

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.¹

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kelayakan untuk dikelola dan dikembangkan. Melalui sektor ini Indonesia mampu mengatasi permasalahan seperti kemiskinan dan pengangguran. Pembangunan dan pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar, seperti terbukanya lapangan pekerjaan, kesempatan usaha, meningkatkan penerimaan negara dan lain sebagainya. Tujuan pembangunan pariwisata

¹ James, J Spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1987, h. 21.

di Indonesia tertuang dalam instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1969, khususnya Bab II pasal 3 yang menyebutkan, “Usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara”. Berdasarkan instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1969, dapat dikatakan bahwa tujuan pembangunan pariwisata di Indonesia adalah untuk meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan Negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan industri-industri sampingan lainnya. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan dan kebudayaan Indonesia. Meningkatkan persaudaraan atau persahabatan nasional dan internasional. Pembangunan pariwisata memunculkan berbagai kegiatan ekonomi seperti hotel, penginapan, biro perjalanan, industri kerajinan dan lain-lain.² Semakin majunya sektor pariwisata maka akan semakin besar kontribusi yang akan diberikan dari sektor pariwisata kepada pemerintah daerah tersebut, dan sebaliknya.

Dalam UU Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dijelaskan bahwa “Segala urusan kepentingan daerah

² http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/in/inpres_1969_9_PedomanPembinaanPengembanganPariwisataNasional.pdf di akses pada tanggal 16 September 2018 pukul 17.35

secara mutlak telah menjadi wewenang pemerintah daerah, termasuk urusan kepariwisataan. Oleh sebab itu, setiap daerah berhak mengatur rumah tangganya secara efektif dan efisien sehingga dapat mengembangkan segala potensi yang ada di daerahnya.³

Selo Soemardjan menyatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, fisik dan sosial dari suatu negara. Disamping itu rencana tersebut harus mampu memberikan kerangka kerja kebijakan pemerintah untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan pariwisata. Peranan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata dalam garis besarnya adalah menyediakan infrastruktur (tidak hanya dalam bentuk fisik), memperluas berbagai bentuk fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparat pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum ke luar negeri.⁴

Pariwisata telah menjadi industri terbesar di dunia. Dengan berkembangnya industri pariwisata di suatu negara akan mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut dikarenakan meningkatnya permintaan dari segi

³ <http://www.sanitasi.net/undang-undang-no-32-tahun-2004-tentang-pemerintahan-daerah.html> di akses pada tanggal 16 September 2018 pukul 17.25

⁴ James J Spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1987, h. 133.

konsumsi atau investasi, yang pada akhirnya menimbulkan kegiatan produksi barang atau jasa.

Masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang sangat memiliki harapan bahwa semua dagangan dan jasa yang mereka tawarkan kepada wisatawan membuat para wisatawan merasa puas dan nantinya akan kembali berkunjung untuk menikmati pelayanan yang mereka tawarkan. Keberadaan wisatawan memberikan dampak positif yang sangat besar bagi para pedagang seperti meningkatnya pendapatan, terciptanya lapangan pekerjaan dan lain-lain. Selain dampak positif, ada juga dampak negatif yang ditimbulkan seperti meningkatnya kecenderungan untuk mengimpor bahan yang diperlukan dalam pariwisata sehingga produk lokal tidak diserap, lunturnya nilai-nilai budaya dan rusaknya daerah sekitar pariwisata.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi besar dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata. Provinsi Jawa Tengah terdiri dari 6 kota dan 29 kabupaten yang masing-masing kabupaten memiliki obyek wisata dan daya tarik tersendiri untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Kabupaten Semarang merupakan salah satu kabupaten yang kaya akan obyek wisata dari wisata alam, wisata budaya, wisata rohani dan wisata buatan. Obyek wisata alam diantaranya Wana Wisata

Penggaron, Wana Wisata Air Terjun Semarang, Curug Kembar Bolodewo, curug tujuh bidadari, Air Terjun Kali Pancur dan Air Terjun Curug Lawe. Obyek wisata budaya diantaranya candi gedung songo, museum pelagan ambarawa, Museum Kereta Api, Makam Nyatnyono, Goa Maria Kereb Ambarawa dan lain-lain. Obyek wisata buatan Eling Bening, Bukit Cinta Rowo Pening dan lain-lain. Oleh sebab itu, pengembangan pariwisata di Kabupaten Semarang harus di pandang sebagai potensi ekonomi yang dapat menopang pembangunan di wilayah Semarang, Jawa Tengah. Berikut adalah data banyaknya pengunjung yang datang ke tempat pariwisata di Kabupaten Semarang pada tahun 2016 berdasarkan tabel 1.1.

Tabel 1.1
Banyaknya Pengunjung di Tempat Rekreasi Di
Kabupaten Semarang selama Tahun 2016

Obyek Wisata		Jumlah Pengunjung		
		Domestik	Asing	Total
	WISATA ALAM	88.136	1.086	89.222
1	Wana Wisata Penggaron	10.490	0	10.490
2	Wana Wisata Air Terjun Semarang	14.107	0	14.107
3	Curug Kembar Bolodewo	6.388	0	6.388
4	Curug Tujuh Bidadari	14.822	0	14.822

5	Air Terjun Kali Pancur	10.429	0	10.429
6	Air Terjun Curug Lawe	31.900	1.086	32.986
	WISATA BUDAYA	941.643	16.881	958.524
1	Candi Gedongsongo	345.594	1.729	347.323
2	Museum Palagan Ambarawa	69.963	0	69.963
3	Museum Kereta Api	223.942	14.832	238.774
4	Makam Nyatnyono	18.546	0	18.546
5	Goa Maria Kereb Ambarawa	269.169	320	269.489
6	Goa Maria Rosa Mistika	12.080	0	12.080
7	Sri Kukus Rejo Gunung Kalong	2.349	0	2.349
	WISATA BUATAN	950.480	5.957	956.437
1	Bukit Cinta Rawa Pening	43.694	0	43.694
2	Pemandian Muncul	134.969	0	134.969
3	The Fountain Water Park & Resto	72.395	0	72.395
4	Kolam Renang Tirta Argo (Siwarak)	100.100	0	100.100
5	Kolam renang bu Sri	17.534	0	17.534
6	Kolam Renang Bumi Lerep Indah	1.050	0	1.050
7	Taman Wisata Kopeng	20.597	0	20.597
8	Taman Wisata Rawa Permai	20.094	0	20.094
9	Taman Kelinci	12.641	0	12.641

				1
10	TM. Rekreasi Langen Tirto	21.049	0	21.049
11	New Bandungan Indah Divaland	55.771	0	55.771
12	Eling Bening	152.630	77	152.707
13	Tlogo Resort & Goa Rong View	36.627	247	36.874
14	Agro Wisata Pasanggrahan Watu Gunung	11.463	0	11.463
15	Agro Wisata Kencana	31.156	0	31.156
16	Agro Wisata Hortimart	28.806	0	28.806
17	Umbul Sido Mukti	76.611	0	76.611
18	Kampoeng Kopi Banaran	113.293	5.633	118.926
19	Wisata Tree TOP Outbound	0	0	0
	Jumlah 2016	1.980.259	23.924	2.004.183
	2015	1.668.273	3.533	1.671.806
	2014	1.532.921	2.694	1.535.615
	2013	1.362.777	3.683	1.366.460
	2012	1.276.228	3.622	1.279.850
	2011	1.170.079	4.071	1.174.150

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kab. Semarang.

Berdasarkan data tabel 1.1, selama tahun 2011 sampai 2016 jumlah pengunjung obyek wisata di Kabupaten

Semarang dengan jumlah pengunjung paling banyak adalah candi Gedung Songo dengan jumlah pengunjung domestik 345.594 orang dan wisatawan asing 1.729 orang. Untuk jumlah pengunjung paling rendah adalah Wisata Tree TOP Outbound dengan jumlah 0 orang. Pada tahun 2011 wisatawan yang berkunjung di obyek wisata di Kabupaten Semarang sebanyak 1.174.150 orang. Pada tahun 2012 pengunjung mengalami peningkatan sebesar 0,09% yaitu sebanyak 1.279.850. Pada tahun 2013 pengunjung mengalami peningkatan sebesar 0,06% yaitu sebanyak 1.366.460. Pada tahun 2014 pengunjung mengalami kenaikan secara perlahan sebanyak 0,12% yaitu sebanyak 1.535.615. Pada tahun 2015 pengunjung kembali mengalami kenaikan sebesar 0,08% yaitu sebanyak 1.671.806 orang. Kenaikan secara signifikan terjadi pada tahun 2016 sebesar 0,19% yaitu sebanyak 2.004.183 pengunjung. Jumlah pengunjung wisata di Kabupaten Semarang pada setiap tahunnya mengalami kenaikan secara perlahan, dari 2011 sampai 2015. Namun pada 2016 pengunjung mengalami kenaikan yang signifikan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena adanya pemabanguna dan pengembangan yang dilakukan secara terus menerus untuk meberikan daya tarik terhadap para wisatawan. Selain adanya pembangunan dan pengembangan pemerintah daerah juga mencanangkan program “Ayo Wisata ke

Semarang” sehingga wisatawan domestik sangat antusias untuk mengunjungi berbagai tempat wisata yang ada di Kabupaten Semarang.

Salah satu daerah yang memiliki potensi yang luar biasa di Kabupaten Semarang adalah Kecamatan Sumowono. Kondisi alam disini masih sangat terjaga keasrian alamnya, karena memang belum terjamah. Desa-desa di Kecamatan Sumowono memiliki potensi alam yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Salah satu yang menonjol dari sektor pariwisata di Kecamatan Sumowono adalah Curug Tujuh Bidadari. Curug Tujuh Bidadari terletak di Desa Keseneng, Kecamatan Sumowono. Curug yang masih asri dikelilingi pepohonan dan persawahan merupakan kebanggaan masyarakat Desa Keseneng. Dengan dibukanya wisata Curug membuat pembangunan di Desa Keseneng berkembang dengan pesat. Namun, rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang pengembangan wisata mengakibatkan kurang terkelola dengan baik lingkungan disekitar Curug.

Tidak terlepas dari itu, pada penelitian terdahulu oleh Wawan Kurniawan (2015) dengan judul dampak sosial ekonomi pembangunan pariwisata umbul sido mukti kecamatan Bandungan kabupaten Semarang, menyatakan bahwa dengan adanya pembangunan dan pengembangan pariwisata dapat meningkatkan pegunjung sehingga

berdampak pada pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja sehingga berdampak langsung terhadap kehidupan ekonomi masyarakat disekitar umbul sido mukti. Penelitian Teti Ika W (2016) dengan judul pengaruh pendapatan sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di kota Makasar, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji hipotesis pendapatan sektor pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Dan penelitian Devilian Putri (2014) dengan judul pengaruh sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah di kabupaten pesisir selatan, hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara jumlah wisatawan dan jumlah pendapatanasli daerah di kabupaten pesisir selatan. Dengan adanya perbedaan hasil penelitian, maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh pariwisata syariah terhadap pendapatan masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa pembangunan tidak sekedar ditunjukkan oleh prestasi ekonomi yang telah dicapai oleh suatu negara, akan tetapi lebih dari itu pembangunan mempunyai prespektif yang lebih luas. Dalam proses pembangunan selain memperhitungkan dampak aktifitas ekonomi terhadap kehidupan masyarakat, pembangunan juga dilakukan dengan tujuan untuk mengubah struktur perekonomian daerah ke arah yang lebih baik lagi. Maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “Pengaruh Pariwisata Dan Produk Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Lemah (Studi Kasus Di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)”.

1.2. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Adakah pengaruh Pariwisata Syariah Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang?
- 2) Apakah Produk Kepariwisataan Berpengaruh Signifikan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pariwisata Syariah Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dengan adanya Produk Kepariwisataan

Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan aplikatif terhadap pembangunan pengembangan Ilmu ekonomi Islam di bidang pembangunan pariwisata yang sesuai prinsip syariah.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat meningkatkan kualitas pariwisata yang ada di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

3. Bagi Penulis

Sebagai bahan kajian ilmiah dan teori-teori yang pernah didapat dan mengaplikasikan di dunia nyata dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak lain yang ingin mengetahui secara lebih mendalam tentang dampak pembangunan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan skripsi yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II Tinjauan Pustaka. Pada bab ini dibahas tentang landasan teori yang digunakan untuk membantu memecahkan masalah penelitian. Pembahasan ini meliputi pengertian pengertian pembangunan, teori pembangunan, konsep pembangunan Islam, pengertian pariwisata, landasan pembangunan kepariwisataan, tujuan pembangunan kepariwisataan, jenis pariwisata, bentuk-bentuk pariwisata, destinasi wisata, aksesibilitas, pengertian produk kepariwisataan, karakteristik produk kepariwisataan, pendapatan, dampak pariwisata, pedoman pariwisata syariah, pengertian ekonomi Islam, pertumbuhan ekonomi dalam prespektif

Islam, faktor pertumbuhan ekonomi, peluang usaha, dan penyerapan tenaga kerja.

BAB III Metode Penelitian. Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan metode penelitian yang digunakan. Uraian yang disajikan meliputi jenis penelitian, variabel dan indikator penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV Analisis Data dan Penelitian. Pada bab ini mengemukakan hasil-hasil penelitian, pengolahan data penelitian sekaligus pembahasannya, meliputi gambaran singkat curug bidadari serta analisis pengaruh pembangunan pariwisata dan produk pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat di curug tujuh bidadari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

BAB V Penutup. Pada bab ini menguraikan kesimpulan yang ditarik berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis di waktu yang akan datang.

BAB II

KERANGKA TEORITIK

2.1. Pariwisata Syariah

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukanperorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.¹

Menurut Yoeti (2010:11) pariwisata berasal dari bahasa sansakerta, pariwisata berasal dari dua kata yaitu pari yang berarti banyak, berkali-kali dan berkeliling, sedangkan pengertian wisata berarti perjalanan atau berpergian. Pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Ismayanti, 2011).²

Mathieson dan Wall mengatakan bahwa pariwisata mencakup 3 elemen utama, yaitu: 1) *a*

¹ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata*, Yogyakarta: Kanisius, 1987, h. 21

² Muhammad Deni, Sri Winarni, *Pengaruh Pramuwisata Dan Promosi Terhadap Kunjungan Wisatawan Kota Plembang*, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 15 No 1, 2017, h. 41

dynamic element, yaitu *travel* ke suatu destinasi wisata, 2) *a static element*, yaitu singgah di daerah tujuan, dan 3) *a consequential element*, atau akibat dari dua hal diatas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial, dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan.³

Secara istilah syariah adalah aturan yang diturunkan Allah untuk para hamba-Nya, baik terkait masalah akidah, ibadah, muamalah, adab maupun akhlak. Wisata syariah merupakan upaya perjalanan atau rekreasi atau untuk mencari kebahagiaan yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, serta diniati untuk mengagumi kebesaran vitaan Allah SWT.⁴

Menurut DSN Majelis Ulama Indonesia, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang di sediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Ada beberapa penjelasan ayat Al-Quran mengenai perintah untuk mengunjungi tempat-tempat wisata, diantaranya:

Q.S. Nuh (71): 19-20

³ I Gde Pitana, I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009, h. 46

⁴ Heri Sucipto, Fitria Andayani, *Wisata Syariah*, h. 38-45

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ بِسَاطًا ﴿١٥﴾ لَتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاجًا ﴿١٤﴾

*“Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hampan, supaya kamu menjalani jalan-jalan yang Luas di bumi itu”.*⁵

Q.S. Al-Mulk (67): 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا

وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٦﴾

*“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.*⁶

Obyek pariwisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Sedangkan menurut SK MENPARPOSTEL: KM 98/PW.102/MPPT-87, obyek wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: CV. Toha Putra, 1989, h. 980

⁶ *Ibid.*,h. 956

mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.⁷

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan sebuah perjalanan, dimana sekelompok orang mengeluarkan uang untuk mendapatkan suatu hiburan berupa perjalanan yang menyenangkan dan memuaskan sehingga dapat menyegarkan otak kembali setelah berkutat dengan berbagai rutinitas pekerjaan.

2.1.2 Landasan Pembangunan Kepariwisataaan

Pembangunan kepariwisataan Indonesia merupakan rangkaian upaya pembangunan sektor kepariwisataan secara nasional yang berkesinambungan meliputi seluruh kegiatan masyarakat, bangsa dan negara untuk terwujudnya tujuan pembangunan nasional, yaitu melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial.

Untuk itu, sisitem kepariwisataan Indonesia dilandasi konsep kehidupan bangsa Indonesia yang berkelanjutan dan didasarkan kepada keseimbangan dan

⁷ https://id.wikipedia.org/wiki/Obyek_wisata, diakses pada tanggal 21 September 2018, pukul 19.52

keselarasan hubungan antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, sesama manusia dan lingkungan.

Konsep tersebut diatas, jelas sejalan dengan Pancasila sebagai landasan idiil, Undang-Undang Dasar 1945 sebagai landasan konstitusional dan undang-undang lainnya, serta dalam operasionalnya adalah menempatkan manusia sebagai titik sentral pembangunan, baik sebagai subjek pembangunan maupun sebagai objek pembangunan.

Sedangkan kekuatan inti untuk menggerakkan pembangunan kepariwisataan nasional adalah perpaduan kekuatan yang terdiri dari unsur dunia usaha, masyarakat, dan pemerintah.⁸

2.1.3 Tujuan Pembangunan Kepariwisataaan

Pembangunan kepariwisataan dalam negeri telah diarahkan untuk memupuk cinta tanah air dan bangsa, menanamkan jiwa dan semangat serta nilai-nilai leluhur berbangsa dan bernegara, meningkatkan kualitas budaya, memperkenalkan peninggalan sejarah, keindahan alam termasuk bahari dengan terus meningkatkan wisata remaja-remaja dan pemuda. Peningkatan kesadaran pentingnya kepariwisataan kepada masyarakat melalui usaha penyuluhan dan

⁸ A.J. Muljadi, H. Andri Warman, *Kepariwisataaan Dan Perjalanan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 43-44

pembinaan kepada kelompok-kelompok seni budaya pengrajinan, memperkenalkan dan mengembangkan budaya bangsa, terpeliharanya kepribadian bangsa dan kelestarian lingkungan.

Penyelenggaraan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan Indonesia dimaksudkan agar daya tarik wisata yang sedemikian banyak dimiliki bangsa Indonesia dapat dikenal, baik oleh masyarakat Indonesia sendiri maupun masyarakat dunia, serta dapat didayagunakan secara optimal, namun dengan tetap menjaga keutuhan dan keasliannya serta menghindarkan dari kerusakan-kerusakan. Sebaliknya dengan adanya penyelenggaraan kepariwisataan tersebut, maka daya tarik wisata tersebut harus senantiasa ditingkatkan baik kuantitas maupun kualitasnya.

Pembangunan kepariwisataan dapat dijadikan sarana untuk menciptakan kesadaran atas identitas nasional dan kebersamaan dalam keragaman. Pembangunan kepariwisataan dikembangkan dengan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat dan pembangunan yang berorientasi pada pengembangan wilayah, bertumpu kepada masyarakat dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakupi beberapa aspek seperti

sumber daya manusia, pemasaran, pengembangan destinasi, budaya dan lain sebagainya.⁹

Menurut Sudana , I Putu (2013:5) berkembangnya sektor pariwisata diharapkan dapat meminimalisir kantong-kantong kemiskinan terutama di daerah wisata. Masyarakat seharusnya merasakan efek pariwisata dalam kehidupan sehari-hari dan sadar bahwa pariwisata bukan milik segelintir orang tetapi milik bersama.¹⁰

2.1.4 Jenis Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan jangka panjang atau pendek yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan menyegarkan pikiran. Ada beberapa jenis pariwisata yang biasanya dilakukan oleh beberapa orang diantaranya:

- 1) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*).

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin-tahunya, untuk

⁹ A.J. Muljadi, H. Andri Warman, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 39-49

¹⁰ Elsa, *Peran Pariwisata Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat*, Jurnal Spasial: Program Studi Pendidikan Geografi, STKIP PGRI Sumatra Barat, h. 20

mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota. Sementara orang mengadakan perjalanan semata-mata untuk menikmati tempat-tempat alam lingkungan yang jelas berbeda antara satu dengan yang lain. Yang lain akan bangga jika dapat mengirimkan gambar-gambar untuk menyatakan bahwa telah begitu banyak kota maupun negara yang telah dikunjungi. Jenis pariwisata inimenyangkut begitu banyak unsur yang sifatnya berbeda-beda, disebabkan pengertian *pleasure* akan selalu berbeda kadar pemuasnya sesuai dengan karakter, cita rasa, latar belakang, serta tempramen masing-masing individu.

2) Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya mereka tinggal selama mungkin di tempat-tempat yang dianggap benar-benar menjamin tujuan rekreasi tersebut. Dengan kata lain mereka lebih menyukai *health resorts*.

3) Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, kelembagaan dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, atau juga untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

4) Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata ini dapat dibagi menjadi 2 kategori:

- a. *Big Sports Events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan tinju dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting Tourism of the Paractitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekannya sendiri, seperti pendakian gunung, naik kuda, berburu dan lain-lain. Negara yang memiliki fasilitas atau tempat olahraga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olahraga pariwisata ini.

5) Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Dalam istilah *business tourism* tidak hanya *professional trips* yang dilakukan kaum pengusaha atau industrialis, tetapi juga mencakup semua kunjungan ke pameran, kunjungan ke instalansi teknis yang bahkan menarik orang-orang di luar profesi ini. Jika harus pula diperhatikan bahwa kaum pengusaha tidak hanya bersifat dan berbuat sebagai konsumen, tetapi dalam waktu-waktu bebasnya, sering berbuat sebagai wisatawan biasa dalam pengertian sosiologis karena mengambil dan memanfaatkan keuntungan dari atraksi yang terdapat di negara lain tersebut.

6) Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Peranan jenis ini makin lama makin penting. Tanpa menghitung banyaknyakonvensi atau konferensi nasional, banyaknya simposium maupun sidang yang diadakan setiap tahunnya. banyak negara yang menyadari potensi ekonomi dari jenis pariwisata konferensi ini sehingga mereka saling berusaha untuk menyiapkan dan mendirikan bangunan-

bangunan yang khusus dilengkapi dengan fasilitas yang diperlukan untuk efisiensi operasi konferensi.

2.1.5 Bentuk-bentuk Pariwisata

Pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motivasi dan tujuan perjalanannya saja, tetapi juga bisa dilihat dari kriteria lain misalnya bentuk-bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya perjalanan serta pengaruh-pengaruh ekonomi akibat adanya perjalanan wisata tersebut. Bentuk-bentuk tersebut yaitu:

1) Pariwisata Individu dan Kolektif

Ada dua kategori pariwisata yaitu *Individual tourism* atau pariwisata perorangan dan *Organized collective tourism* atau pariwisata kolektif yang diorganisasi secara baik.

Kategori pertama, *Individula tourism* meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya, sehingga bebas pula mengadakan perubahan-perubahan setiap waktu dikehendaki. Seseorang maupun kelompok orang tersebut melakukan sendiri semua

persiapan dalam rangka mendapatkan perlengkapan serta jasa-jasa yang diperlukan.

Kategori kedua, *organized collective tourism* meliputi biro perjalanan yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksudkan di atas. Biro perjalanan ini menawarkan kepada siapa saja yang berminat dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukan pula untuk keperluan seluruh perjalanan tersebut. Peserta *organized tour* dibebaskan dari segala macam pengurusan karena baik perlengkapan atau jasa-jasa lain yang diperlukan telah disediakan oleh penyelenggara perjalanan.

2) Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata jangka Pendek, dan Pariwisata Eksekusi

Pembagian menurut lamanya perjalanan dibedakan atas peristiwa jangka panjang dimaksudkan sebagai suatu erjalanna yang langsung beberapa minggu atau bulanbagi wisatawan sendiri. Ini mempunyai arti penting bagi tempat-tempat yang dikunjungi, lebih-lebih apabila terjadi pada jenis *recreation* atau *cultural taourism*. Selama ini sudah ada

pleasure tourism sebagai akibat meningkatnya mobilitas wisatawan modern sekarang.

Pariwisata jangka pendek atau *short term tourism* mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu atau sepuluh hari. Secara sosiologis, hal tersebut adalah bentuk perjalanan yang hanya dapat dilakukan oleh mereka yang tidak dapat mengambil libur panjang. Sedangkan pariwisata ekskursi atau *excursionist tourism* adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi. Bentuk ini sangat menyolok bagi daerah-daerah perbatasan.

3) Pariwisata Dengan Alat Angkut

Ada berbagai bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai misalnya, kereta api, kapal laut, kapal terbang, bus, dan kendaraan umum lainnya. Wisatawan yang berjalan kaki atau *pedestrian tourism (hikers)* sampai sekarang masih banyak penggemarnya.

4) Pariwisata Aktif dan Pasif

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa untuk suatu negara merupakan bentuk pariwisata

yang sering disebut *active tourism (receptive tourism)*. Sedangkan penduduk suatu negara yang pergi ke luar negeri dan membawa uang ke luar negeri dan yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran merupakan *passive tourism*. Hikmah pengaruh pariwisata internasional terhadap neraca pembayaran negara ini dapat kita ambil.¹¹

2.1.6 Pedoman Pariwisata Syariah

Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan fatwa tentang penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Ada beberapa ketentuan yang dikeluarkan oleh DSN Majelis Ulama Indonesia diantaranya:

- 1) Penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah boleh dilakukan dengan syarat mengikuti ketentuan yang telah dikeluarkan oleh MUI.
- 2) Prinsip umum penyelenggara pariwisata Syariah penyelenggara wajib:
 - a. Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan *israf* dan kemungkar.
 - b. Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual

¹¹ James J Spillane, *Ekonomi Pariwisata*, Yogyakarta: Kanisius, 1994, h. 29-33

- 3) Ketentuan keterkaitan para pihak dan akad.
- a. Pihak-pihak yang berakad, diantaranya wisatawan, biro perjalanan wisata syariah, pengusaha pariwisata, hotel syariah, pemandu wisata dan terapis.
 - b. Akad antar pihak.
Akad merupakan pertemuan ijab yang dipertemukan oleh salah satu pihak dengan qabul dengan pihak lain yang menimbulkan akibat hukum pada objek akad¹². Akad yang ada dalam pariwisata yaitu:
 - Akad anantara wisatawan dengan BPWS adalah akad ijarah.
 - Akad anantara BPWS dengan pemandu wisata adalah akad ijarah atau *ju'alah*.
 - Akad antara wisatawan dengan pengusaha pariwisata adalah ijarah.
 - Akad antara hotel syariah dengan wisatawan adalah akad ijarah.
 - Akad antara hotel syariah dengan BPWS untuk pemasaran adalah akad *wakalah bil ujarah*.

¹² Fordebi dan Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 171

- Akad antara wisatawan dengan terapis adalah akad ijarah.
- Akad untuk penyelenggaraan asuransi wisata, penyimpanan, dan pengelolaan serta pengembangan dana pariwisata wajib menggunakan akad-akad yang sesuai fatwa dengan DSN-MUI dan peraturan perundang-undang yang berlaku.

4) Ketentuan terkait wisatawan

Wisatawan wajib memenuhi ketentuan-ketentuan berikut:

- a. Berpegang teguh dengan prinsip syariah dengan menghindarkan diri dari syirik, maksiat, munkar dan kerusakan.
- b. Menjaga kewajiban ibadah selama berwisata.
- c. Menjaga akhlak mulia.
- d. Menghindari destinasi wisata yang bertentangan dengan prinsip syariah.

5) Ketentuan Destinasi Wisata

1. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk:
 - a. Mewujudkan kemaslahatan.
 - b. Pencerahan, penyegaran dan penenangan.

- c. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan.
 - d. Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif.
 - e. Memelihara kebersihan, kelestarian alamsenitasi dan lingkungan.
 - f. Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.
2. Destinasi wisata wajib memiliki:
- a. Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah di jangkau dan memenuhi persyaratan syariah.
 - b. Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalnya dengan setifikat halal MUI.
3. Destinasi wisata wajib terhindar dari:
- a. Kemusyrikan dan khurafat.
 - b. Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.
 - c. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan dengan prinsip syariah.¹³

¹³ DSN-MUI, No 108/DSN-MUI/X/2016, h. 6-8

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata syariah adalah pariwisata yang keseluruhan aspeknya tidak bertentangan dengan syariah dan obyek wisata syariah tidak harus tempat-tempat atau khazanah budaya Islam, tetapi apa saja yang menarik sepanjang tempat tersebut tidak melanggar ketentuan syariah seperti pegunungan, laut, gua dan lain-lain. Sebab Indonesia memiliki kekayaan alam yang luar biasa indahny dan keindahan itu telah dikenal oleh seluruh dunia, sehingga Indonesia mendapat julukan surganya wisata.

2.1.7 Indikator Pariwisata Syariah

Global Muslim Travel Index (GMTI) yang disusun oleh Crescent Rating pun berhasil mengidentifikasi standar wisata halal di dunia sebagai berikut:

1. Destinasi Ramah Keluarga:
2. Tujuan wisata harus ramah keluarga dan anak-anak.
3. Keamanan umum bagi wisatawan muslim.
4. Jumlah kedatangan wisatawan muslim yang cukup ramai.
5. Layanan dan Fasilitas di Destinasi yang Ramah Muslim (*Muslim-Friendly*):
6. Pilihan makanan yang terjamin kehalalannya.

7. Akses ibadah yang mudah dan baik kondisinya.
8. Fasilitas di bandara yang ramah muslim.
9. Opsi akomodasi yang memadai.
10. Kesadaran Halal dan Pemasaran Destinasi:
11. Kemudahan komunikasi.
12. Jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisatawan muslim.
13. Konektivitas transportasi udara.
14. Persyaratan visa.

Dari indikator tersebut, GMTI pada tahun ini telah menetapkan peringkat destinasi halal dunia. Daftar peringkat ini terbagi dua, yaitu negara-negara yang tergabung dalam OIC (*Organization of Islamic Cooperation*) atau Organisasi Kerjasama Islam dan negara-negara yang tidak masuk OIC.¹⁴

2.2. Produk Kepariwisata

2.2.1 Pengertian Produk Kepariwisata

Potensi yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan pariwisata dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan yang datang akan dapat tercipta pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan dalam berwisata yang tidak terlupakan. Dengan demikian, maka peran

¹⁴
halal.html

<https://wisataperadaban.com/pengertian-dan-indikator-wisata-halal.html>

produk pariwisata menjadi sangat penting dalam kegiatan perjalanan wisata.

Produk adalah adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar orang tertarik, ingin memperolehnya, menggunakannya dan mengkonsumsinya untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya (Kotler & Gary 2008).¹⁵

Produk pariwisata adalah suatu bentuk yang nyata dan tidak nyata, dalam satu kesatuan rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik dan memuaskan bagi yang melakukan perjalanan.¹⁶

2.2.2 Karakteristik Produk Pariwisata

Produk pariwisata merupakan berbagai jenis jasa di mana satu dengan yang lainnya saling terkait yang dihasilkan oleh berbagai usaha pariwisata, misalnya: usaha perjalanan wisata, penyediaan akomodasi, transportasi wisata, jasa makanan dan minuman, kegiatan hiburan dan rekreasi dan lain-lain.

¹⁵ M Arif Budiman, M. Kholid Mawardi, Luchman Hakim, *Identifikasi Potensi Dan Pengembangan Produk Wisata Serta Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata (Studi Kasus Di Pantai Bangsring, Kabupaten Banyuwangi)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 50, No. 4, 2017, h. 56

¹⁶ A. J Muljadi, H. Andri Warman, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 55

Rangkaian jasa dari berbagai jenis produk pariwisata dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi satu kesatuan produk jasa yang diperlukan oleh wisatawan dan dibentuk dalam suatu bagian yang umumnya disebut paket wisata. Karakteristik produk pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Tidak dapat disimpan
2. Tidak dapat dipindahkan
3. Proses produksi dan proses komunikasi berlangsung bersamaan
4. Tidak memiliki standar yang baku
5. Tidak dapat dicoba
6. Pengelolaan produk pariwisata mengandung banyak risiko
7. Tidak terwujud

2.2.3 Produk Pariwisata Berbasis Masyarakat

Melalui pengembangan pariwisata, masyarakat diyakini mampu menjadi pemangku kepentingan yang proaktif. Pariwisata yang dikembangkan tidak hanya sebagai pariwisata lokal melainkan juga sebagai pariwisata berkelanjutan. Dalam konteks tersebut masyarakat lokal secara kolektif dan kreatif mampu menciptakan sebuah produk yang berkualitas. Produk pariwisata berbasis masyarakat lokal dipahami sebagai

faktor penarik (*pull factor*) wisatawan yang diciptakan oleh masyarakat berdasarkan sumber daya pariwisata atau keunikan yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Smith (1994) menegaskan, bahwa produk pariwisata dapat dijelaskan melalui dua prespektif, yaitu sisi permintaan dan sisi penawaran.

Produk pariwisata berdasarkan prespektif permintaan, merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh pasar, baik pasar aktual ataupun pasar potensial, dapat digunakan atau dikonsumsi, untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan ketika mengisi waktu luang. Termasuk dalam hal pelayanan, aktivitas, aksesibilitas, citra dan harga.¹⁷

Kemudahan akses menuju lokasi wisata merupakan faktor penunjang yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai obyek wisata yang dituju, yaitu meliputi kondisi jalan yang sudah baik, adanya kemudahan transportasi umum disekitar obyek wisata, jarak yang mudah dijangkau serta adanya papan petunjuk arah yang jelas untuk menuju ke Curug Tujuh Bidadari.

17

https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2380508977a611bbadb6e562e19690b8.pdf diakses pada pukul 23:13, tanggal 8 April 2019, h. 20-21

Menurut Suwanto (2000: 56) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah salah satu aspek penting yang mendukung suatu pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.

Tanpa adanya hubungan dengan transportasi tidak mungkin suatu obyek wisata mendapatkan kunjungan dari wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir suatu perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya suatu obyek pariwisata harus mudah dicapai dan mudah ditemukan.¹⁸

Produk pariwisata berdasarkan prespektif penawaran, produk pariwisata didefinisikan sebagai jenis pariwisata yang dikembangkan disuatu destinasi pariwisata berdasarkan skala aktivitas dan pelayanan. Dalam penelitian ini, pariwisata berbasis masyarakat termasuk jenis pariwisata alternatif dimana ada keterlibatan masyarakat dalam pengembangan produk pariwisata.¹⁹

Menurut David Garvin (1987) mendefinisikan delapan dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas produk, sebagai berikut:

¹⁸ Sulfi Abdulhaji, Ibnu Sina Hi. Yusuf, *Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate*, Jurnal Penelitian Humano, Vol. 7 No. 2, 2016, h. 138

¹⁹ *Ibid.*, h. 139

1. Performansi (*performance*) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang di pertimbangkan oleh konsumen ketika ingin membeli suatu produk.
2. *Features* merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkait dengan pilhan-pilihan dan pengembangannya.
3. Keandalan (*reliability*) berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode tertentu. Dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk itu.
4. Konformans (*conformance*) berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Konformans merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan.
5. Durabilitas (*durability*) merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan dari produk itu.

6. Kemampuan pelayanan (*serviceability*) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.
7. Estetika (*aesthetics*) merupakan karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dalam pertimbangan pribadi dan refrensi dari performansi individual.
8. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) bersifat subyektif berkaitan dengan perasaan konsumen dalam mengonsumsi produk itu.²⁰

2.2.4 Jenis-jenis Produk Pariwisata

Produk pariwisata terdiri dari bermacam-macam unsur yang merupakan suatu kesatuan yang masing-masing unsur saling berkaitan. Jenis produk pariwisata yang dibutuhkan secara langsung oleh wisatawan adalah terdiri dari berbagai jasa pelayanan, antara lain:

1. Jasa perjalanan wisata
2. Jasa transportasi
3. Jasa penyediaan akomodasi
4. Jasa makan dan minum
5. Jasa daya tarik wisata

²⁰ Vincent Gaspers, *Ekonomi Menejerial*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, h. 119-120

6. Jasa Informasi dan jasa pramuwisata
7. Jasa wisata tirta
8. Jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi.²¹

2.2.5 Community Based Tourism (CBT)

Masyarakat berbasis masyarakat merupakan pengembangan pariwisata dalam tingkat keterlibatan masyarakat setempat dantinggi dan dapat dipertanggungjawabkan dari aspek sosial dan lingkungan (CIFOR dalam Hayati, 2016) dan (Darmawi, 2010). Masyarakat membutuhkan pengakuan atas karya mereka, kreatifitas mereka dan mengharapkan wisatawan dapat memberikan pengakuan atas produk-produk yang mereka hasilkan (Hermantoro, 2014).

Pariwisata berbasis masyarakat juga dimaknai sebagai penyedia produk, jasa, ilmu pengetahuan dan ketrampilan yang dapat di temukan di dalam komunitas lokal. Cox dalam Pitana (2009), mengatakan bahwa dalam “pengembangan pariwisata didasarkan dalam pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan”. Oleh karena itu, setiap

²¹ A. J Muljadi, H. Andri Warman, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 55-58

pengembangan destinasi yang dilakukan hendaknya mengadopsi konten yang mencerminkan nilai-nilai kearifan lokal.

Community Based Tourism (CBT) merupakan wadah yang cocok dalam mewujudkan desa wisata yang berkualitas dan berkelanjutan. Masyarakat lokal dapat terus berkarya secara terus menerus dan wisatawan dapat menikmatinya. Dengan begitu keahlian masyarakat lokal dapat menambah destinasi sehingga dapat berdampak pada ekonomi masyarakat sekitar.²² Dalam hal ini desa wisata merupakan salah satu model pengembangan pariwisata alternatif yang dilaksanakan di daerah tujuan yang bukan perkotaan. Pengembangan desa wisata merupakan pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata. Pengembangan ini juga dipengaruhi keadaan ekonomi, fisik dan sosial daerah pedesaan tersebut.²³

2.2.6 Manfaat Pariwisata

Pariwisata dapat memberikan pengaruh berupa manfaat dan kontribusi terhadap suatu wilayah.

²² Hary Hermawan, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Study Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglangeran)*, Vol 15 No 1, Mei 2017, h. 2

²³ I Gede Samiarta, I Gst. Agung Oka Mahagangga, *Perkembangan Desa Wisata Di Kabupaten Bandung (Studi Kasus Desa Wisata Baha)*, Vol 4 No 2, 2016, h. 1

Manfaat tersebut dapat berupa penerimaan dari produk penjualan pariwisata, pendapatan masyarakat, peluang pekerjaan dan penerimaan pajak dari retribusi (Frectling,1987). Manfaat pariwisata bagi masyarakat dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Primer dan Sekunder.

Manfaat primer adalah penerimaan langsung dari pembelanjaan pengunjung atas penyediaan barang dan jasa. Sedangkan manfaat sekunder adalah penerimaan secara tidak langsung.

2. Manfaat Individual dan Sosial

Individu akan mendapat manfaat berupa keuntungan finansial dari penyediaan barang dan jasa (produk pariwisata). Manfaat ini yang sering menggerakkan minat pihak swasta dalam pembangunan destinasi wisata. Sedangkan manfaat sosial meliputi lingkungan, kebanggaan akan sumber daya alam dan budaya dll.

3. Manfaat Keruangan

Manfaat pariwisata berdasarkan dimensi keruangan dibagi menjadi manfaat skala lokal, regional dan nasional. Manfaat lokal dapat diketahui pada area yang berdekatan dengan kegiatan pariwisata, terciptanya peluang pekerjaan, tempat pemasaran

produk lokal dan peningkatan pelayanan sarana pra sarana.²⁴

Pengembangan dan pembangunan objek wisata pada dasarnya dibangun atas dasar perluasan wisata yaitu pengelolaan objek wisata yang memiliki potensi dan menjadi daerah tujuan wisata. Pengembangan pariwisata diarahkan pada peningkatan pariwisata yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, sehingga dapat memperluas kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan di daerah tersebut.²⁵

2.2.7 Dampak Pariwisata

Dampak adalah akibat, imbas atau pengaruh yang terjadi (baik positif atau negatif) dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan tersebut.

1. Dampak Ekonomi Pariwisata

Suatu destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan lokal ataupun asing dapat dipandang sebagai konsumen sementara. Mereka datang pergi ke tempat wisata dengan jangka waktu tertentu, dengan menggunakan

²⁴ I Made Adikampana, *Modul Mata Kuliah Berbasis Masyarakat Integrasi Masyarakat Lokal Dalam Perencanaan Destinasi Pariwisata*, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, 2016, h. 11

²⁵ Ahmar, Nurlinda, Mustafa Nurhani, *Peranan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Ali Daerah Kota Palopo*, *Jurnal Equilibrium*, Vol 2 No 1, 2012, h.118

sumberdaya, fasilitas dan lain-lain. Tak dapat dipungkiri bahwa hal itu akan berdampak pada kehidupan ekonomi daerah tersebut, baik langsung atau tidak langsung. Dampak ekonomi yang ditimbulkannya dapat bersifat positif ataupun negatif. Berikut ini adalah dampak positif dan negatif dengan adanya parwisata:

- Dampak Positif Bagi Ekonomi

Ada banyak dampak positif bagi perekonomian, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pendapatan dari penukaran valuta asing

Hal ini terjadi pada wisatawan asing. Walau di beberapa negara pendapatan dari penukaran valuta asing tidak begitu besar, namun beberapa negara seperti New Zealand dan Australia pendapatan dari penukaran valuta asing ini sangat besar nilainya dan berperan secara sangat signifikan. Bahkan untuk New Zealand pada tahun 90-an menempati peringkat pertama sumbangannya, yaitu 2.277 milyar NZD dibandingkan sumbangan industri daging (2.195 milyar NZD), wool (1.811 milyar NZD), susu dan turunannya (1.793 milyar NZD), pertanian (1.256 milyar NZD), dan industri lainnya (1.733 milyar NZD).

- 2) Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri
Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat. Hal ini akan mendorong suatu negara mampu mengimpor beragam barang. Pelayanan dan modal meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya.
- 3) Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata
Pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan dari beberapa perusahaan, organisasi, atau masyarakat perorangan yang melakukan usaha di sektor pariwisata. Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pasar bagi produk lokal. Masyarakat secara perorangan juga mendapat penghasilan jika mereka bekerja dan mendapat upah dari pekerjaan tersebut. Pekerjaan di sektor pariwisata sangat beragam, seperti pengusaha pariwisata, karyawan hotel dan restoran, karyawan agen perjalanan, penyediaan jasa transportasi, pemandu wisata, penyedia *souvenir*, atraksi wisata dan seterusnya.

4) Pendapatan pemerintah

Pemerintah memperoleh pendapatan dari sektor pariwisata dari beberapa cara. Beberapa negara di dunia, termasuk Indonesia telah membuktikan sumbangan sektor pariwisata terhadap pendapatan pemerintah. Oleh karena itu, pemerintah negara manapun menaruh perhatian besar untuk berusaha menarik sebanyak-banyaknya wisatawan asing untuk berlibur ke negaranya.

Sumbangan pendapatan terbesar dari pariwisata bersumber dari pengenaan pajak. Sebagai contoh, pengenaan pajak hotel dan restoran yang merupakan bagian keuntungan usaha pariwisata hotel dan restoran tersebut. Sumber lain bisa berupa usaha pariwisata yang dimiliki oleh pemerintah sendiri. Pemerintah juga mengenakan pajak secara langsung kepada wisatawan jika mereka melakukan transaksi yang tergolong kena pajak. Biasanya di banyak negara dikenal sebagai *service tax*, yang umumnya sebesar 10% untuk transaksi di hotel dan restoran. Pajak ini berbeda dari pajak yang

sumbernya dari keuntungan hotel dan restoran yang diuraikan sebelumnya.

5) Penyerapan tenaga kerja

Banyak individu menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata. Pariwisata merupakan sektor yang tidak bisa berdiri sendiri tetap memerlukan dukungan dari sektor lain. Baik sektor pariwisata maupun sektor-sektor lain yang berhibungan dengan sektor pariwisata tidak dapat dipungkiri merupakan lapangan kerja yang menyerap begitu banyak tenaga kerja.

6) *Multiplier effects*

Efek *multiplier* merupakan efek ekonomi yang ditimbulkan kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan ekonomi keseluruhan suatu wilayah (daerah, negara) tertentu. Jika seorang wisatawan mengeluarkan 1USD atau 1.000 USD, uang tersebut akan menjadi pendapatan penerimanya.

7) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal

Wisatawan dan masyarakat lokal sering berbagi fasilitas untuk berbagai kepentingan.

Banyaknya wisatawan mendatangkan keuntungan yang cukup besar sehingga suatu fasilitas dapat digratiskan pemanfaatannya bagi masyarakat lokal.

- Dampak negatif pariwisata bagi ekonomi.
 - 1) Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata
Beberapa daerah tujuan wisata sangat menggantungkan pendapatan atau kegiatan ekonominya pada sektor pariwisata. Sebagaimana diketahui, pariwisata sangat rentan terhadap fluktuasi karena berbagai isu. Adakalanya isu yang tidak menguntungkan (teror, penyakit, konflik dan sebagainya) akan memengaruhi minat wisatawan untuk pergi ke daerah tersebut. akibatnya, kegiatan ekonomi mengalami penurunan tajam akibat isu tersebut.
 - 2) Meningkatkan angka inflansi dan meroketnya harga tanah
Perputaran uang dalam aktivitas ekonomi di daerah tujuan wisata sangat besar. Permintaan barang konsumsi juga meningkat yang pada akhirnya akan memicu inflansi. Di sisi lain, dibangunnya berbagai fasilitas pariwisata akan

segera memicu harga tanah di sekitar lokasi tersebut sampai harga yang tidak masuk akal.

- 3) Meningkatnya kecenderungan untuk mengimpor bahan-bahan yang diperlukan dalam pariwisata sehingga produk lokal tidak terserap. hal ini di sebabkan karena wisatawan sebagai konsumen datang dari belahan negara dengan pola makan dan menu yang berbeda. Sehingga pengelola pariwisata mnegimpor produk-produk luar negri dan kemudian memajang produk tersebut untuk memenuhi permintaan wisatawan.
- 4) Sifat pariwisata yang musiman, tidak dapat diprediksi dengan tepat, menyebabkan pengembalian modal investasi juga tidak pasti waktunya.
- 5) Timbulnya biaya-biaya tamabahan lain bagi perekonomian setempat. Hal ini berhubungan dengan degradasi alam, munculnya limbah yang besar, polusi, transportasi dan sebagainya yang memerlukan biaya untuk memperbaikinya.

2. Dampak Sosial Budaya Pariwisata

Masyarakat dan kebudayaannya cenderung mengalami perubahan yang diakibatkan oleh

keberadaan pariwisata di suatu kawasan. Menurut Richardson dan Fluker, dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya di daerah tujuan wisata antara lain adalah:

1) Dampak terhadap struktur populasi

Meningkatnya aktivitas pariwisata di suatu daerah tujuan wisata memerlukan tenaga kerja untuk menjalankan usaha pariwisata dan memberikan pelayanan yang diperlukan wisatawan. Sebagian dari mereka mungkin berasal dari penduduk lokal yang memutuskan untuk tetap bertahan tinggal disekitar daerah tersebut walaupun tidak terserap menjadi tenaga kerja karena keterbatasan peluang kerja. Kemungkinan lainnya adalah bekerja di daerah tersebut karena pariwisata.

2) Transformasi struktur mata pencaharian

Peluang kerja sektor pariwisata harus diakui memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan sektor lainnya. Hal ini akan segera menarik minat orang dari lain pekerjaan dan wilayah untuk merapat ke sektor pariwisata. Beberapa daerah yang umumnya sumber mata pencaharian sebagian besar berasal dari sektor pertanian segera mengalami tantangan. Terjadi

transformasi pekerjaan dan tenaga kerja dar sektor pertanian ke pariwisata.

3) Transformasi tata nilai

Meningkatnya populasi dengan datangnya orang yang mempunyai *attitude* berbeda-beda dapat menyebabkan pencampuran tata nilai di daerah tujuan wisata tersebut. Dampak pariwisata pada tata nilai di daerah tujuan wisata lebih besar disebabkan karena pengaruh wisatawan daripada disebabkan oleh pekerja pariwisata yang datang dari daerah lain.

4) Dampak pada kehidupan sehari-hari

Pariwisata juga menyebabkan masalah untuk masyarakat tuan rumah yang memengaruhi bagaimana masyarakat bertindak dalam kehidupan sehari-hari, seperti terlalu sesaknya orang, kemacetan lalu lintas, penggunaan infrastruktur berlebihan, kehilangan kegunaan dan manfaat sosial tanah, dan lain-lain.²⁶

2.4 Pendapatn Ekonomi

2.4.1 Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi merupakan salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan

²⁶ I Gde Pitana, I ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009, h.185-192

dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang atau jasa.

Ekonomi Islam adalah pengetahuan bagaimana menggali dan mengimplementasi sumberdaya material untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan manusia, dimana penggalian dan penggunaan itu harus sesuai dengan syariat Islam.²⁷

Menurut Adam Smith ekonomi ialah penyelidikan tentang keadaan dan sebab adanya kekayaan negara. Sedangkan menurut Hermawan Kartajaya ekonomi adalah *platform* dimana sektor industri melekat di dalamnya.²⁸

Dalam ekonomi Islam ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Kahf ekonomi Islam adalah bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisipliner dalam arti kajian ekonomi Islam tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu syariah dan ilmu-ilmu pendukungnya juga terhadap ilmu-ilmu

²⁷ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Ekonomi Pembangunan Perspektif Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, h. 11

²⁸ Rustyruddy.blogspot.com/2013/05/definisi-ekonomi.html, di akses pada tanggal 21 September 2018, pukul 21.01

yang berfungsi sebagai *tool of analysis* seperti matematika, statistik, logika dan *ushul fiqh*.²⁹

Menurut Abdul Mannan, ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi-ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi dalam kaca mata islam merupakan tuntunan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimendi ibadah. Dalam ekonomi Islam, kebutuhan (*need*) terbatas dengan sumber daya yang tidak terbatas. Yang tidak terbatas bukan *need* tetapi *want* (keinginan). Sementara ekonomi konvensional menyatakan bahwa kebutuhan manusia tidak terbatas dengan sumber daya terbatas. Hal ini menjadikan perbedaan yang mendasar antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.³⁰

Dalam pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi merupakan sistem yang dapat mewujudkan keadilan ekonomi bagi seluruh umat. Sedangkan dengan ciri khas, ekonomi Islam dapat menunjukkan jati dirinya dengan segala kelebihanannya pada setiap sistem yang dimilikinya.

²⁹ M. Nur Rianto, Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010, h.7

³⁰ Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Depok: Rajawali Pers, 2017, h. 16

2.4.2 Pertumbuhan Ekonomi dalam Prespektif Islam

Ilmu ekonomi pada prinsipnya membahas tentang tingkah laku manusia sebagai konsumen, distributor dan produsen. Sementara objek pembicaraan utama dalam bidang ekonomi ialah tingkah laku manusia, maka untuk memahami tingkah laku manusia langkah yang harus dilakukan adalah menelusuri melalui filsafah dan sikap hidup yang dianut oleh manusia. Perjalanan panjang ekonomi konvensional ternyata hanya menghantarkan manusia pada keadaan yang sangat resah bukan pada keadaan hasanah yang dapat menghantarkan manusia mencapai keadilan dan kemakmuran di dunia maupun diakhirat. Keadaan ini diakibatkan oleh sistem ekonomi barat yang mengabdikan kepada kepentingan pribadi bukan karena ilahi.

Boediono dalam Tarigan (2004:44), mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi adalah proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang, dimana presentase pertumbuhan output haruslah lebih tinggi presentase pertumbuhan penduduk, dan ada

kecenderungan pertumbuhan ini akan berlanjut dalam jangka panjang.³¹

Yusuf berpendapat bahwa penerapan *al-'urf* untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi tidak sesuai dan tidak relevan dengan masyarakat muslim. Kata Abdul Mannan adanya ketidaksesuaian ini diakibatkan oleh persoalan-persoalan yang tidak dapat menjadi dasar suatu pembangunan ekonomi yang berlaku pada masyarakat non muslim. Pertumbuhan ekonomi dalam masyarakat muslim berdasarkan prinsip menggembarakan (*al-targib*) yang terdapat dalam Al-Quran dan as-sunnah.

Menurut Yusuf pertumbuhan ekonomi dalam perspektif Islam adalah mewujudkan kehidupan yang baik. Pembangunan adalah kemakmuran ekonomi. Kemakmuran ekonomi dapat diartikan sebagai naiknya taraf kehidupan di level yang lebih baik, terutama dari segi penghimpunan dan kekayaan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi dapat berdampak positif pada produktivitas. Meningkatnya produktivitas akan berdampak pada meningkatnya upah yang diterima para pekerja.

³¹ Desi Arianti, *Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian dan Keruangan Bukit Tinggi (Pendekatan Input Output)*, Jurnal Pembangunan Wilayah Kota, Vol 12 No 4, h.348

Pertumbuhan ekonomi bukan saja memerlukan penambahan sumber ekonomi secara kuantitatif, tetapi boleh juga dicapai melalui peningkatan kualitatif sumber ekonomi. Oleh sebab itu, pertumbuhan dianggap hanya sebagian dari efek kuantitatif pembangunan dan jauh sekali dari pada menyelesaikan masalah kualitatif pembangunan. Dengan kata lain, pertumbuhan mempunyai hubungan rapat dan penting dengan pembangunan. Pertumbuhan merupakan suatu pembangunan, tetapi pembangunan tidak semestinya bermakna pertumbuhan.³²

2.4.3 Faktor Pertumbuhan Ekonomi

Ada tiga faktor atau komponen utama dalam pertumbuhan ekonomi dari setiap bangsa, diantaranya:

1. Akumulasi Modal, yang meliputi semua bentuk atau jenis investasi baru yang ditanamkan pada tanah, peralatan fisik dan sumber daya manusia.
2. Pertumbuhan penduduk, yang beberapa tahun selanjutnya dengan sendirinya membawa pertumbuhan angkatan kerja.
3. Kemajuan teknologi.

³² Teti Ika W, *Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar*, UIN Alauddin Makassar, 2016, h. 13-15

Telah dijelaskan diatas bahwa ada tiga faktor dalam kemajuan ekonomi. Akan tetapi sumber kemajuan ekonomi secara umum dapat dikatan bahwa sumber utama bagi pertumbuhan ekonomi adalah investasi-investasi yang mampu memperbaiki kualitas sumber daya manusia dan fisik, yang berhasil meningkatkan kuantitas sumber daya produktif dan yang bisa menaikkan produktivitas seluruh sumber daya melalui penemuan-penemuan baru, inovasi dan kemajuan teknologi.³³

2.4.4 Pendapatan

2.4.4.1 Pengertian Pendapatan

Menurut Sukirno, pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh pendduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan atau bulanan.

Menurut Kuswandi pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul akibat aktivitas normal perusahaan selama satu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

³³ Michael P. Todaro, *Pembangunan Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000, h.111

Sedangkan menurut Sofyan Safri pendapatan adalah kenaikan gross di daam aset dan penurunan gross dalam kewajiban yang di nilai berdasarkan prinsip akuntansi yang berasal dari kegiatan mencari laba.³⁴ Ada beberpa jenis pendapat seperti, pendapatan pribadi, pendapatan *disposebel*, dan pendapatan nasional.

Dari uraian diatas bahwa pada dasarnya pendapatan adalah total keseluruhan dari hasil kerja dalam satu periode, baik harian, mingguan, bulanan dan lain sebgainya.

2.4.4.2 Jenis-jenis Pendapatan

Dalam prktiknya komponen pendapatan yang dilaporkan dalam laba rugi terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Pendapatan utama

Pendapatan utama dalah pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan.

2. Pendapatan lain-lain

Pendapatan lain-lain berasal dari pendapatan yang tidak merupakan kegiatan utama perusahaan. Misalnya, pendapatan

³⁴ Walangkopo99.blogspot.com/2015/05/pengertian-pendapatan-menurut-para-ahli.html, diakses pada 04 Oktober 2018, pukul 21.56

bunga bagi perusahaan perdagangan. Selain itu, juga dalam beberapa kasus terdapat pendapatan dan kerugian dari pos luar biasa.³⁵

2.4.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Adapun yang mempengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Kondisi dan kemampuan penjualan
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi oprerasional perusahaan³⁶

Distribusi pendapatan adalah penyaluran atau pembelanjaan masyarakat untuk kebutuhan konsumsi. Kurangnya distribusi pendapatan dapat menimbulkan daya beli rendah, terjadinya tingkat kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan lain-lain. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

³⁵ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama*, Cetakan Kelima Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012, h. 46

³⁶ Mulyadi, *Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Kelima*, Penerbit Salemba Empat, 2010, h. 127

1. Kesempatan kerja yang tersedia
Semakin banyaknya kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyaknya penghasilan yang bisa diperoleh.
2. Kecakapan dan keahlian
Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula pada penghasilan.
3. Motivasi
Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan maka semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.
4. Keuletan bekerja
Keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan.
5. Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan.³⁷

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian Wawan Kurniawan (2015) "*Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang*", hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang usaha disekitar umbul sidomukti termasuk dalam kategori tinggi. Warga sekitar memanfaatkan peluang ini untuk berdagang, jasa tourleader hingga karyawan onjek wisata Umbul Sidomukti. Peningkatan pengunjung paska renovasi benar-benar berdampak pada pendapatan masyarakat, peningkatan pengunjung juga berdampak positif pada pendapatan daerah pada sektor pariwisata. Pembangunan Umbul sido mukti berhasil menyerap banyak tenaga kerja, mengingat banyak wahana baru yang disediakan. Secara umum terdapat perubahan sosial ekonomi pada masyarakat sekitar Umbul Sidomukti paska direnovasi. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengukur seberapa besar dampak pembangunan pariwisata untuk masyarakat sekitar. Dengan perbedaanya yaitu penelitian ini menyisipkan sisi syariahnya,

³⁷ Mahyu Danil, "*Pengaruh Pedapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Sipil di Kantor Bupati Bireuen*", jurnal Konomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol IV No. 7:9

sedangkan penelitian terdahulu hanya berorientasi pada teori-teori konvensional saja. Perbedaan yang lain adalah pada variabel dependent nya, penelitian ini menggunakan pertumbuhan ekonomi masyarakat sedangkan penelitian terdahulu hanya mengukur dampaknya saja.

Penelitian Teti Ika W (2016) "*Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar*", hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji hipotesis variabel Pendapatan Sektor Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Implikasi penelitian ini diharapkan pemerintah kota Makassar agar meningkatkan kebijakan terkait dengan peningkatan investor dibidang pariwisata dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga distribusi pendapatan merata dan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Persamaan dari penelitian ini adalah pada variabel dependent (Y) yaitu pertumbuhan ekonomi, pada penelitian ini menggunakan variabel dependent (Y) yaitu pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dan perbedaannya yaitu pada variabel independent (X) pada penelitian ini variabel independent (X) yaitu dampak pembangunan pariwisata, sedangkan pada penelitian terdahulu variabel independent (X) yaitu pendapatan sektor pariwisata. Perbedaan yang lainnya adalah pada penelitian ini

menggunakan sumber data primer dan sekunder, sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan data sekunder.

Penelitian Devilian Putri (2014) "*Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Pesisir Selatan*", hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara jumlah wisatawan dan jumlah pendapatan asli daerah di Kabupaten Pesisir Selatan. Saranan akomodasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Pesisir Selatan. Dan tempat belanja tourist berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan asli daerah. Persamaan dari penelitian ini terletak pada jenis penelitiannya yaitu sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. dan perbedaannya yaitu pada variabel dependent (Y) yaitu pertumbuhan ekonomi masyarakat, sedangkan penelitian terdahulu variabel dependennya yaitu pendapatan asli daerah. Perbedaan yang lainnya terletak pada teorinya, pada penelitian ini penulis menyisipkan sisi syariahnya sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan teori-teori konvensional.

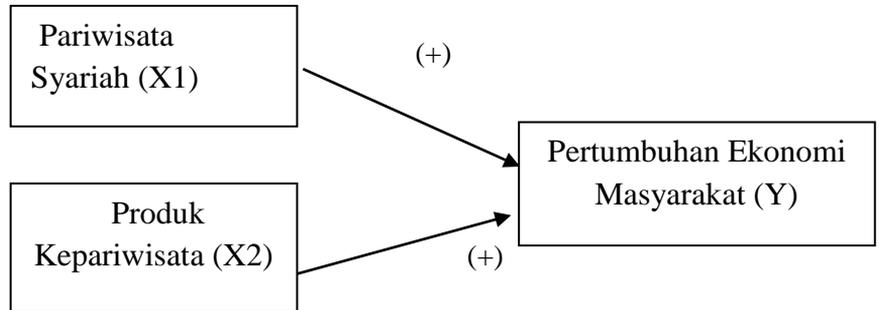
Penelitian Jackson R. S Weenas, *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kualitas pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, harga, promosi

dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Pesamaan dari penelitian ini terletak pada variabel kualitas produk dan jenis penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaannya terdapat pada variabel dependennya yaitu pada penelitian ini variabel dependennya pertumbuhan ekonomi masyarakat, sedangkan di penelitian terdahulu menggunakan keputusan pembelian.

2.6 Kerangka Pemikiran Teoritik

Kerangka pemikiran menjelaskan konstelasi hubungan antar variabel penelitian.³⁸ Pada umumnya masalah pariwisata menuju ke arah kemajuan usaha, peningkatan ekonomi dan pembangunan kawasan pariwisata. Dengan adanya pembangunan pariwisata disuatu daerah tentunya diharapkan adanya peningkatan jumlah wisatawan, sehingga akan memberikan pengaruh ekonomi yang positif bagi masyarakat setempat.

³⁸ Widodo, *Metodologi Penelitian Populer &Praktis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, h. 52



2.7 Hipotesis

Hipotesis secara etimologi dibentuk dari dua kata yaitu hypo dan thesis. Hypo berarti kurang dan thesis memiliki arti pendapat. Kemudian kedua kata itu saling dihubungkan menjadi hypothesis dan di Indonesiakan menjadi hipotesis dengan arti suatu kesimpulan yang masih kurang, yang masih belum sempurna. Jadi hipotesis adalah jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang dilakukan.³⁹

H_{01} = Pariwisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.

H_{02} = Produk Wisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Hipotesis 1

Berdasarkan uraian-uraian teori diatas secara umum diketahui bahwa pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat

³⁹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013, h. 90

ke tempat lain, yang bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Selain teori yang telah di uraikan diatas, ada bukti penelitian dari penelitian Teti Ika W (2016) “Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar” menunjukkan adanya pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($164.612 > 3.842$) dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 karena lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Deviliana Fitri (2014) “ Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Pesisir Selatan”, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Pesisir Selatan, yang ditunjukkan oleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ 3,70 dan nilai signifikan $0,001 < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hipotesis 2

Berdasarkan uraian teori mengenai kualitas produk menyatakan bahwa produk yang baik adalah produk yang dapat memenuhi harapan konsumennya. Selain teori ada bukti penelitian dari”Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualtas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring

Bed Comforta” menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian spring bad comforta dengan t_{hitung} 3,884 dengan tingkat signifikan 0,016. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Jenis kuantitatif yang digunakan peneliti adalah dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan. Kemudian dianalisa dan diinterpretasikan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh pariwisata syariah dan produk kepariwisataan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Meskipun ada banyak klasifikasi data, namun yang banyak dimanfaatkan dalam desain penelitian adalah klasifikasi menurut cara memperolehnya, yaitu:

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 8

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Menurut Kuncoro, metode untuk pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara pasif dan aktif. Metode pengumpulan data dengan cara pasif dapat dilakukan dengan cara observasi. Sedangkan metode pengumpulan data dengan cara aktif dapat dilakukan dengan cara wawancara baik personal, telepon maupun komputer.

Data primer dilakukan dengan penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yaitu masyarakat yang berada dikawasan wisata Curug Tujuh Bidadari.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dapat berupa data internal dan data eksternal. Data internal merupakan dokumen atau catatan dari organisasi itu sendiri. Sedangkan data eksternal adalah data sekunder yang oleh sumber-sumber diluar organisasi.²

² Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 103-108.

Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang, pengelola wisata Curug Tujuh Bidadari.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.³ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁴, dari penelitian ini populasinya adalah masyarakat yang terjun mengelola kawasan Curug Tujuh Bidadari dengan menggunakan tehnik sampling nonprobability sampling dengan menggunakan sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵

Menurut Joseph F. Hair (1988) penentuan besarnya sampel untuk populasi *infinit* atau populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti untuk penelitian dengan

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 101.

⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, h. 81.

⁵*Ibid.*, h. 85.

analisis regresi berganda penentuan besarnya sampel dapat dilakukan dengan cara mengalikan jumlah variabel bebas dengan tingkatan perkalian 15 sampai 20. Atas data inilah maka jumlah sampel yang akan digunakan sebesar:

$$n = 20 \times \text{jumlah variabel bebas}$$

$$n = 20 \times 2$$

$$n = 40$$

maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel pada objeknya.

3.4 Definisi Operasional

Untuk memberikan arah analisis data diperlukan definisi operasional dari masing-masing variabel. Variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai.⁶ Variabel dalam penelitian ini adalah

- a. Variabel bebas (*Independent variabel*) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependent. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah
 1. Variabel (X1) = Pariwisata Syariah, Curug Tujuh Bidadari merupakan objek wisata yang berada di Ds. Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang. Curug Tujuh Bidadari memiliki objek

⁶ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014, h. 107

pariwisata yang berbeda dengan yang lain, pemandangan yang disuguhkan dikawasan ini masih terasa asri dan tidak terlalu dibuat-buat meskipun telah dilakukan pembangunan dikawasan ini. Suasana yang nyaman dan indah membuat para pengunjung sering mengunjungi kawasan ini.

Variabel ini diukur menggunakan beberapa indikator seperti destinasi ramah keluarga, akses ibadah, kehalalan makanan dan kemaslahatan. Indikator ini diperoleh dari Global Muslim Travel Index (GMTI) dan DSN MUI.

2. Variabel (X2) = Produk Kepariwisataaan.

Kualitas produk dalam penelitian ini adalah persepsi dari para wisatawan terkait pemandangan Curug Tujuh Bidadari yang masih asri dan indah.

Variabel ini diukur menggunakan beberapa indikator seperti kemampuan pelayanan, keandalan, citra, harga dan aksesibilitas. Variabel produk wisata, indikatornya diperoleh dari pemikiran David Garvin dan Smith (1994). Jadi penulis menggunakan lima dimensi dasar tersebut sebagai acuan penelitian.

- b. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pertumbuhan

ekonomi masyarakat lemah. Pendapatan ekonomi masyarakat dengan adanya pembangunan dan pengembangan wisata di daerah Sumowono ini diharapkan memiliki dampak atau pengaruh terhadap ekonomi masyarakat di daerah tersebut, terciptanya lapangan pekerjaan, peluang usaha yang nantinya akan berdampak langsung kepada ekonomi masyarakat sekitar kawasan Curug Tujuh Bidadari.

TABEL 3.1

Definisi operasional variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Pariwisata Syariah (X_1) Independent	Sebuah perjalanan dimana seseorang mengeluarkan uang untuk mendapatkan suatu hiburan berupa perjalanan yang menyenangkan dan memuaskan sehingga dapat menyegarkan otak kembali setelah berlutut dengan pekerjaan.	- Destinasi ramah keluarga - Kehalalan - Kemaslahatan	Diukur menggunakan skala likert
Produk	Totalitas dari	- Kemampuan	Diukur

Kepariwisataan (X ₂) Independent	karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan - Keandalan - Citra - Harga - Aksesibilitas 	menggunakan skala likert
Pendapatan Ekonomi (Y)	Aliran masuk aktiva yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa.	<ul style="list-style-type: none"> - Kesempatan Kerja - keahlian - Motivasi 	Diukur menggunakan skala likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini yaitu;

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian di kirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikembalikan lagi ke peneliti. Pengumpulan data menggunakan kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan salah satu bentuk pengumpulan data primer. Observasi merupakan suatu cara yang sangat bermanfaat, sistematis dan selektif dalam mengamati dan mendengarkan interaksi atau fenomena yang terjadi.⁷ Penelitian ini dilakukan dengan

⁷ H. M Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2005, h. 133-136

pengamatan langsung di kawasan Curug Tujuh Bidadari, serta pengaruh pariwisata dan kualitas produk pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi.

3.6 Analisis Data

Analisi data adalah proses penghimpunan atau pengumpulan, pemodelan dan transformasi data dengan tujuan untuk menyoroti dan memperoleh informasi yang bermanfaat, memberikan saran, kesimpulan dan mendukung pembuatan keputusan.⁸ Untuk mendapatkan data yang valid, maka data tersebut harus diuji kelayakannya. Uji tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik dengan uji normalitas, heteroskedastisitas, uji multikolinieritas serta uji hipotesis.

3.6.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Validitas dan Reliabilitas merupakan salah satu kriteria penting dalam penelitian keperilakuan, karena dengan validitas dan reabilitas, sebuah pembuatan skala atau alat ukur yang dibuat oleh peneliti untuk mengukur variabelnya dapat dipertanggungjawabkan dengan jelas. Validitas dan reliabilitas memberikan gambaran keakuratan dan

⁸ Restu Kartika, *Asas-asas Metodologi Penelitian*, h. 253

ketepatan pengukuran yang dilakukan oleh peneliti terhadap variabel-variabel yang diukur.⁹

1. Validitas

Validitas adalah keabsahan atau tingkat kecocokan alat ukur untuk pengukuran, yang benar-benar cocok mengukur sesuatu yang sedang diukur. Pada penelitian menggunakan pengujian konstruk menguji kecocokan antara butir-butir dalam kuesioner dengan teori yang mendasari (digunakan untuk mendefinisikan) konsep atau konstruk yang diukur. Kesimpulan yang akan diambil, jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa hanya terdapat 1 (satu) faktor saja yang bermakna, yaitu dengan eigenvalue > 1 atau keragaman kumulatif sekitar 75% , maka indikator-indikator tersebut dikatakan valid unidimensionalitas. SPSS adalah suatu paket program (*software*) aplikasi untuk mengolah data statistik.¹⁰

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tingginya suatu instrumen dapat

⁹ Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, h. 80.

¹⁰ Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 164-170.

dipercaya atau dapat diandalkan artinya reabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur. Untuk mengukur tingkat reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan internal consistency, didalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* yang dihitung berdasarkan varian-varian skor dari setiap butir dan varians total butir tersebut.¹¹*Alpha Cronbach* adalah ukuran konsistensi internal yaitu, yaitu bagaimana keeratan hubungan suatu set *item* adalah sebagai sebuah kesatuan konsep. Nilai Cronbach-Alpha berkisar antara 0-1, semakin mendekati 1 maka semakin menunjukkan tingkat konsisten skor. Namun, *alpha* yang tinggi tidak berarti bahwa alat ukur memenuhi unidimensional. Unidimensional adalah kesatuan set *item* untuk mengukur variabel latennya.¹²

3.6.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji

¹¹ Sekaran, 2003, dalam kutipan buku mengurai variabel hingga instrumen, h.224-226.

¹² Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, h. 141.

normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standart deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian parametric-test (uji parametik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).¹³ Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan rasio skewness dan rasio kurtosis yaitu dengan hasil apa bila rasio kwness dan kurtois berada diantara -2 hingga +2, maka dapat disimpulkan bahwa data distribusidata adalah normal.¹⁴

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menurut wijaya, heterokeditas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan atau observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang paling baik adalah terjadi homoskedastisitasdalam model, atau

¹³ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat , 2011, h. 53.

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, Ridho Bramulya Ikhsan, *Pratikum Metode Riset dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015, h. 137.

tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁵Pada penelitian ini menggunakan alat statistik uji glejser dengan asumsi apabila semakin tidak signifikan variabel penjelas mengindikasikan bahwa model sudah terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak ada gejala heteroskedastisitas ($>0,05$).¹⁶

3.6.4 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantarvariabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel independen.

¹⁵ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Aplikasi untuk Riset*, h. 66.

¹⁶Rambat Lupiyoadi, Ridho Bramulya Ikhsan, *Pratikum Metode Riset dan Bisnis*, h. 141.

2. Menganalisis metrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas disebabkan dengan adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
3. Multikolonieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan regresi terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan

nilai VIF ≥ 10 . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir.¹⁷

3.6.5 Uji Hipotesis

1. Uji t atau Uji Parsial

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennilakukan uji t atau *t-student*.

Hipotesis uji t :

$H_0 = b_1 = b_2 = 0$, masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a = b_1 = b_2 \neq 0$, masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan *degree of freedom* (dk) : $n - k$: maka diperoleh t_{tabel} . Langkah selanjutnya adalah membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Apabila jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016, h. 103-104

masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

2. Uji F atau Uji Simultan

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis uji F

$H_0 = b_1 = b_2 = 0$, variabel dependen secara simultan tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a = b_1 = b_2 \neq 0$, variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Membandingkan antara nilai kritis F (F_{tabel}) yang terdapat dalam tabel *Analysis of*

variance dengan nilai F ratio (F_{hitung}). Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima H_0 , artinya semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai dependen. Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a , artinya semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel dependen.

- b. Berdasarkan probabilitas, jika tingkat signifikannya (α) > 0.05 maka semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel dependen. Jika nilai probabilitas (α) < 0.05 maka semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.¹⁸

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil

¹⁸ Algifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi*,, h. 72

(mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya.¹⁹ Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen ditambahkan kedalam model.

¹⁹ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*, h. 193-195.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini mengenai Pengaruh Pariwisata Syariah dan Produk Kepariwisatahan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang adalah sebagai berikut:

1. Pariwisata Syariah tidak berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi masyarakat di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono. Hal ini bisa terjadi karena banyaknya persaingan pariwisata di daerah Sumowono dan Bandungan yang memberikan tawaran destinasi wisata yang lebih menarik. Selain itu masyarakat lebih tertarik untuk mengelola lahan pertanian dan peternakan yang hasilnya lebih pasti dan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
2. Produk Kepariwisatahan berpengaruh positif terhadap pendapatan ekonomi masyarakat di Desa Keseneng kecamatan Sumowono, dikarenakan ada faktor lain yang mempengaruhinya. Produk wisata merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di kawasan Curug Tujuh Bidadari.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkaitan atas hasil penelitian ini. Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggali variabel lain yang dapat mempengaruhi pariwisata terhadap ekonomi masyarakat lemah disekita kawasan.
2. Bagi masyarakat di sekitar kawasan Curug Tujuh Bidadari khususnya Desa Keseneng, diharapkan penelitian ini memberikan masukan dan penentuan kebijakan dalam pengembangan pariwisata Curug Tujuh Bidadari sehingga pengembangan pariwisata dapat berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat di kawasan Curug Tujuh Bidadari.

5.3 Penutup

Alhamdulillah segala puja dan puji hanya milik Allah semata. Rasa syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Sholawat

serta salam semoga tercurah kepada baginda Rasulullah SAW yang kita nantika syafa'atnya kelak di akhirat nanti.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun sudah usaha semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan keterbatasan, kekurangan, kekhilafan serta dangkalnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan.

Sebagai akhir kata, terbesit sebuah harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya bagi penulis di masa-masa yang akan datang.

BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Lembaga

4.1.1 Letak Geografis Curug Tujuh Bidadari

Air Terjun Curug Tujuh Bidadari merupakan tempat wisata alam yang berada di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah. Kecamatan ini berjarak sekitar 24 kilometer dari ibu kota Kabupaten Semarang. Kecamatan Smowono merupakan kecamatan paling barat di Kabupaten Semarang. Secara geografis berada di 7° 13' 20" Lintang Selatan dan 110° 19' 16" Bujur Timur. Wilayahnya berada diketinggian 650-1800 meter diatas permukaan laut. Bagian utara hingga timur merupakan lereng gunung ungaran sedangkan bagian barat hingga selatan merupakan pegunungan pencu. Kecamatan ini merupakan hulu kali Ringin yang bermuara ke kali Bodri.

Kecamatan Sumowono merupakan kecamatan penghasil sayur mayur, bunga-bunga, buah-buahan dan aneka hasil perkebunan lainnya seperti cengkeh, pala dan vanili. Selain hasil perkebunan kecamatan Sumowono juga berpotensi sebagai desa wisata, seperti Curug Tujuh Bidadari yang berada di Desa Keseneng,

Bantir Hill di Desa Losari dan masih banyak potensi lainnya yang dimiliki kecamatan Sumowono.¹

4.1.2 Sejarah Singkat dan Perkembangan Curug Tujuh Bidadari

Curug Tujuh Bidadari terletak di Desa Kesenneg Kecamatan Sumowono, Kabupaten Semarang. Kawasan ini ditemukan sekitar bulan April 2010 kemudian dibangun dan dikembangkan dengan swadaya masyarakat sekitar dan disahkan oleh wakil Bupati Semarang pada masa itu. Air terjun ini terbentuk dengan tiga tingkat. Tingkat pertama terbentuk satu air terjun, tingkat kedua terbentuk dua air terjun dan tingkat ketiga atau yang paling bawah terbentuk empat air terjun yang saling berdampingan. Air terjun ini adalah hasil aliran sungai alami dari gunung ungaran, dengan suasana alam yang masih asri dan alami. Berbagai macam cerita mengenai asal dari Curug Tujuh Bidadari, menurut warga sekitar Curug Tujuh Bidadari terbentuk dari bekas proyek kincir air yang menghasilkan tenaga listrik pada zaman jajahan dahulu. Pada musim kemarau pun air terjun Curug Tujuh Bidadari tidak mengalami kekeringan, dengan debit air

¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Sumowono_Semarang diakses pada tanggal 12 Februari 2019 pukul 20.31 WIB

yang masih sama. Sungai yang luas dan bebatuan yang besar membuat daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Perkembangan Curug Tujuh Bidadari dari awal dibuka sampai sekarang. Tahun 2010-2013 merupakan puncak kenaikan pengunjung dikawasan Curug Tujuh Bidadari yang mengakibatkan membeludaknya wisatawan lokal sehingga keadaan parkir penuh sampai beberapa Desa lain dan mengakibatkan macet. Sebab pada awal pembukaan Curug pada tahun 2010 banyak wisatawan yang berkunjung dan merasa penasaran dengan Curug Tujuh Bidadari, Curug Tujuh Bidadari memiliki keindahan alam dan pesona yang sesuai namanya. Selain air terjun yang berjumlah tujuh kawasan ini juga dikelilingi oleh pepohonan yang hijau dan hamparan sawah para petani, ditambah lagi keindahan bebatuan besar yang berada di tengah-tengah sungai sehingga membuat suasana disana lebih nyaman dan sangat menyenangkan. Daya tarik lainnya terdapat pada aliran air yang selalu deras dan tidak pernah mengering disaat musim kemarau datang. Pada tahun 2013-2014 pengunjung Curug Tujuh Bidadari mengalami penurunan sebesar 40%, dan pada tahun 2014-2016 mengalami kelumpuhan total tidak ada aktivitas di Curug Tujuh Bidadari, sebab terdapat

wisata-wisata baru yang lebih menarik dan memberikan produk wisata yang lebih bagus sehingga wisatawan lebih memilih ke tempat wisata yang baru dibandingkan pergi ke Curug Tujuh Bidadari.

Kemudian pada tahun 2016-2017 pengelola Curug Tujuh Bidadari mulai membenahi dan memperbaharui Curug agar wisatawan dapat kembali datang menikmati indahnya alam yang disuguhkan disekitar Curug. Pengelola mulai dari promosi di media sosial seperti facebbok, instagram, line dan lain-lain, membenahi sistem Curug dan memperbaharui tempat wisata agar wisatawan merasa lebih nyaman dan mendapatkan suasana baru di kawasan Curug Tujuh Bidadari. Dari promosi inilah pada akhir tahun 2017 sampai sekarang Curug Tujuh Bidadari mulai mendapatkan tempat kembali dihati para wisatawan.

4.1.3 Visi dan Misi Curug Tujuh Bidadari

1. Visi Curug Tujuh Bidadari:

Menjadi daerah tujuan wisata utama yang berdaya saing dan membangun kesejahteraan masyarakat Desa Keseneng, Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

2. Misi Curug Tujuh Bidadari:

- a. Meningkatkan kualitas obyek wisata Curug Tujuh Bidadari, dengan membuat produk pariwisata yang lebih variatif dan kreatif. Meningkatkan promosi wisata daerah.
- b. Mengembangkan dan melestarikan kekayaan adat dan budaya.

4.1.4 Tujuan dan Manfaat Curug Tujuh Bidadari

1. Tujuan pariwisata Curug Tujuh Bidadari:
 - a. Untuk menggunakan waktu senggang berlibur, menyegarkan otak, dan menambah pengetahuan.
 - b. Untuk keperluan usaha masyarakat.
2. Manfaat
 - a. Untuk meningkatkan kesempatan usaha dan pendapatan bagi masyarakat sekitar Desa Keseneng.
 - b. Terpeliharanya kelestarian lingkungan alam dengan menjaga keasrian lingkuan pariwisata.

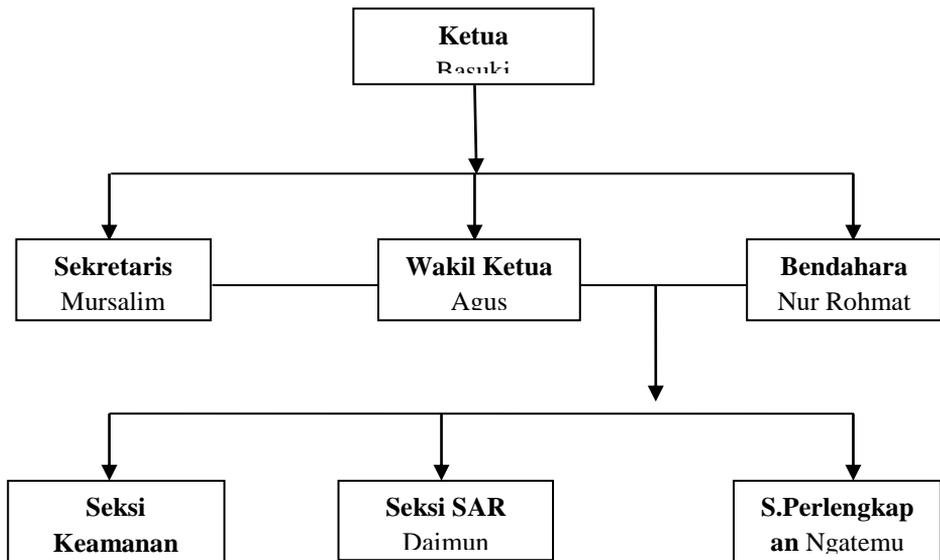
4.1.5 Struktur Pengelolaan dan Deskripsi Tugas

1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan pekerjaan yang dibagi, dikelompokkan dan

dikoordinasikan secara formal.² struktur organisasi pengelolaan pariwisata Curug Tujuh Bidadari adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Struktur Organisasi



2. Deskripsi Tugas

a. Ketua

Ketua adalah seseorang yang membuat dan mengesahkan seluruh keputusan dan kebijakan

² https://id.wikipedia.org/wiki/Struktur_organisasi diakses pada tanggal 12 Februari 2019 pukul 19.39 WIB

organisasi diseluruh bidang dalam kepengurusan.

Tugas dari seorang ketua seperti:

- Memimpin rapat.
- Mewakili organisasi untuk membuat persetujuan.
- Mewakili organisasi untuk mewakili rapat-rapat tertentu.
- Merancang agenda bersama sekretaris.
- Memelihara keutuhan dan kekompakan organisasi.
- Memberikan pokok-pokok pikiran yang strategis.

b. Wakil Ketua

Wakil ketua adalah seseorang yang membantu ketua dan bertanggungjawab kepada ketua apabila dalam pengambilan keputusan ketua tidak ada. Tugas wakil ketua sebagai berikut:

- Membantu ketua dalam menjaga kelancaran jalannya organisasi baik ke dalam maupun ke luar.
- Mewakili ketua apabila ketua berhalangan.
- Memberikan motivasi kepada setiap pengurus dalam melaksanakan program.

- Melakukan pembinaan pengurus.³

c. Sekretaris

Sekretaris berwenang untuk membuat dan mengesahkan kebijakan organisasi bersama ketua dalam bidang administrasi dan penyelenggaraan roda organisasi. Tugas seorang sekretaris seperti:

- Bersama ketua menandatangani surat keluar masuk.
- Bertanggungjawab untuk setiap aktivitas organisasi.
- Merumuskan dan mengusulkan segala peraturan organisasi di bidang administrasi dan tata kerja dan menghadiri rapat.

d. Bendahara

Bendahara berwenang untuk membuat dan mengesahkan keputusan dan kebijakan organisasi bersama ketua dalam hal keuangan dan kekayaan organisasi. Tugas bendahara seperti:

- Mewakili ketua apabila berhalangan hadir terutama untuk aktivitas dibidang kekayaan organisasi.

³ Tim KKN-PPM, *Pedoman Umum Pengembangan Desa Wisata Cirangkng Tahap Awal*, Kab. Subang, 2012, h.47

- Merumuskan dan mengusulkan segala peraturan organisasi dibidang keuangan dan kekayaan organisasi.
- Memfasilitasi pembiayaan kebutuhan program kerja dan roda organisasi.⁴

4.2 Deskripsi Angket

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penelitian untuk 40 responden berdasarkan usia masyarakat di kawasan Curug Tujuh Bidadari dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Kategori Usia Responden

Kategori	Usia	Frekuensi	Frekuensi Relatif (100%)
A	20-30	11	28%
B	31-40	16	40%
C	41-50	10	25%
D	51-60	3	8%
Jumlah		40	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diatas karakteristik responden masyarakat yang mengelola atau merasakan dampak pariwisata berdasarkan usia diketahui sebagian besar adalah usia diantara 20-30 tahun yaitu sebesar 28%, sedangkan 40% untuk masyarakat usia 31-40 tahun, 25% berusia 41-50 tahun dan 8% untuk usia 51-60 tahun. Pada usia 51-60 tahun tidak terlalu banyak masyarakat yang terjun langsung untuk mengelola Curug Tujuh Bidadari dikarenakan faktor usia serta jarak tempuh yang cukup jauh.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian untuk 40 responden berdasarkan jenis kelamin masyarakat di kawasan Curug Tujuh Bidadari dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Kategori Jenis Kelamin

Kategori	Jenis Kelamin	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
A	Laki-laki	26	65%
B	Perempuan	14	35%
Jumlah		40	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas karakteristik responden yang mengelola atau merasakan dampak dari pariwisata berdasarkan jenis kelamin diketahui responden laki-laki sebanyak 26 yaitu sebesar 65%, sedangkan responden perempuan sebanyak 14 yaitu 35%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas jenis kelamin masyarakat yang berkecimpung di Curug Tujuh Bidadari adalah laki-laki.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Penelitian untuk 40 responden berdasarkan jenjang pendidikan masyarakat di kawasan Curug Tujuh Bidadari dapat ditunjukkan pada tabel berikut

Tabel 4.4

Kategori Jenjang Pendidikan

Kategori	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
A	SD	2	5%
B	SMP	9	23%
C	SMA	21	53%
D	D3	5	13%
E	S1	3	8%
Jumlah		40	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diatas karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan dapat diketahui bahwa sebagian besar adalah tingkat SMA sebesar 53% atau 21 orang. SMP sebesar 23% atau 9 orang, D3 sebesar 13% atau 5 orang, S1 sebesar 8% atau 3 orang. Mayoritas jenjang pendidikan masyarakat di kawasan Curug Tujuh Bidadari adalah SMA. Jadi dapat disimpulkan bahwa masyarakat di kawasan Curug Tujuh Bidadari memiliki keperdulian akan pendidikan sebagaimana yang telah dicanangkan oleh pemerintah yaitu wajib belajar minimal 9 tahun atau SMA.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Penelitian untuk 40 responden berdasarkan pekerjaan masyarakat di kawasan Vurug Tujuh Bidadari dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Kategori Pekerjaan

Kategori	Jenjang Pekerjaan	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
A	Mahasiswa	1	3%
B	Wiraswasta	13	33%

C	PNS	7	18%
D	Pedagang	9	23%
E	Lain-lain	10	25%
Jumlah		40	100%

Berdasarkan tabel 4.5 diatas

karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat diketahui bahwa sebagian besar adalah wiraswasta yaitu 33% atau 13 orang, lain-lain 25% atau 10 orang, pedagang 23% atau 9 orang, PNS 18% atau 7 orang dan mahasiswa 3% atau 1 orang.

4.2.5 Statistik Deskriptif

Statistik deskripsi ini bertujuan untuk mendiskripsikan data berdasarkan sampel angket yang telah disebar:

4.2.5.1 Pariwisata Syariah (X1)

Tabel 4.6
Mean, Median, Modus

		item1	item2	item3	item4	item5	total
N	Valid	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3,38	3,23	3,55	2,63	1,78	14,55
Median		3,00	3,00	4,00	3,00	2,00	14,50
Mode		3	3	4	3	1	14 ^a
Std. Deviation		,628	,480	,552	,586	,768	1,600
Variance		,394	,230	,305	,343	,589	2,562
Minimum		3	2	3	1	1	12
Maximum		5	4	5	3	3	18

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data yang dapat dinyatakan valid sejumlah 40 sampel orang yang dapat dianalisis datanya. Missing disini menunjukkan banyaknya data yang salah sehingga dapat diketahui bahwa tidak ada data yang salah. Mean adalah nilai rata-rata, rata-rata pada tabel tersebut untuk item_1 (3,38), item_2 (3,23), item_3 (3,55), item_4 (2,63), item_5 (1,78). Median adalah nilai tengah, nilai tengah pada tabel diatas setiap itemnya adalah item_1 (3), item_2 (3), item_3 (4), item_4 (3), dan item_5 (2). Dan modus pada tabel diatas pada setiap itemnya adalah item_1 (3), item_2 (3), item_3 (4) dan item_5 (1).

Tabel 4.7

Item_1 pernyataan pada variabel pariwisata syariah

item1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	28	70,0	70,0	70,0
	4	9	22,5	22,5	92,5
	5	3	7,5	7,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi 28 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 70%.

Tabel 4.8

Item_2 pernyataan variabel pariwisata syariah

item2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	2	1	2,5	2,5	2,5
	3	29	72,5	72,5	75,0
	4	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi 29 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 72,5%.

Tabel 4.9

Item_3 pernyataan variabel pariwisata

item3

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	3	19	47,5	47,5	47,5
	4	20	50,0	50,0	97,5
	5	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi 20 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 50%.

Tabel 4.10

Item_4 pernyataan variabel pariwisata

item4

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	5,0	5,0	5,0
2	11	27,5	27,5	32,5
3	27	67,5	67,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi 27 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 67,5%.

Tabel 4.11

Item_5 pernyataan variabel pariwisata syariah

item5

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	17	42,5	42,5	42,5
2	15	37,5	37,5	80,0
3	8	20,0	20,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 1 dengan jumlah frekuensi 17 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 42,5%.

4.2.5.2 Produk Kepariwisataa (X2)

Tabel 4.12
Mean, Median, Modus

		Statistics						SUM
		item1	item2	item3	item4	item5	item6	
N	Valid	40	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3,95	3,78	3,95	3,95	3,58	1,95	21,15
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	21,00
Mode		4	4	4	4	4	2	22
Std. Deviation		,316	,423	,316	,316	,501	,639	1,477
Variance		,100	,179	,100	,100	,251	,408	2,182
Minimum		3	3	3	3	3	1	18
Maximum		5	4	5	5	4	3	25

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data yang dapat dinyatakan valid sejumlah 40 sampel orang yang dapat dianalisis datanya. Missing disini meunjukkan banyaknya data yang salah, sehingga dapat diketahui bahwa tidak ada data yang salah. Mean adalah nilai rata-rata, nilai rata-rata pada tabel diatas untuk setiap itemnya adalah item_1 (3,95), item_2 (3,78), item_3 (3,95), item_4

(3,95), item_5 (3,58), dan item_6 (1,98). Median adalah nilai tengah, nilai tengah pada tabel diatas untuk setiap itemnya adalah item_1 samapi item_5 adalah 4, dan item_6 (2). Modus adalah nilai yang sering muncul, pada tabel diatas nilai yang sering muncul pada item_1-5 adalah 4, sedangkan pada item_6 nilai yang sering muncul adalah 2.

Tabel 4.13

Item_1 pernyataan variabel produk kepariwisataan

item1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	7,5	7,5	7,5
	4	36	90,0	90,0	97,5
	5	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi 36 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 90%.

Tabel 4.14

Item_2 pernyataan variabel produk kepariwisataan

item2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	3	9	22,5	22,5	22,5
	4	31	77,5	77,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi 31 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 77,5%.

Tabel 4.15

Item_3 pernyataan variabel produk kepariwisataan

item3

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	3	3	7,5	7,5	7,5
	4	36	90,0	90,0	97,5
	5	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada

nilai 4 dengan jumlah frekuensi 36 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi 90%.

Tabel 4.16

Item_4 pernyataan variabel produk kepariwisataan

item4

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	3	3	7,5	7,5	7,5
	4	36	90,0	90,0	97,5
	5	1	2,5	2,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi 36 dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 90%.

Tabel 4.17

Item_5 pernyataan variabel produk kepariwisataan

item5

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	3	17	42,5	42,5	42,5
	4	23	57,5	57,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 4 dengan jumlah frekuensi 23 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 57,5%.

Tabel 4.18

Item_6 pernyataan variabel produk kepariwisataan

item6

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	22,5	22,5	22,5
2	24	60,0	60,0	82,5
3	7	17,5	17,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 2 dengan jumlah frekuensi 24 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 60%.

4.2.5.3 Pendapatan Ekonomi (Y)

Tabel 4.19

Mean, Median, Modus

Statistics

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	total
N	Valid	40	40	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2,78	1,80	3,35	1,80	2,78	1,80	2,78	17,08
Median		3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	18,00
Mode		3	2	3	2	3	2	3	18
Std. Deviation		,660	,564	,736	,564	,660	,564	,660	2,777
Variance		,435	,318	,541	,318	,435	,318	,435	7,712
Minimum		1	1	2	1	1	1	1	9
Maximum		4	3	5	3	4	3	4	22

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data yang dapat dinyatakan valid sejumlah 40 sampel orang yang dapat dianalisis datanya. Missing disini meunjukkan banyaknya data yang salah, sehingga dapat diketahui bahwa tidak ada data yang salah. Mean adalah nilai rata-rata, nilai rata-rata pada tabel diatas untuk setiap itemnya adalah item_1 (2,78), item_2 (1,80), item_3 (3,55), item_4 (1,80), item_5 (2,78), item_6 (1,80) dan item_7 (2,78). Median adalah nilai tengah, nilai tengah

pada tabel diatas untuk setiap itemnya adalah item_1 (3), item_2 (2), item_3 (3), item_4 (2), item_5 (3), item_6 (2) dan item_7 (3). Modus adalah nilai yang sering muncul, pada tabel diatas nilai yang sering muncul pada item_1 (3), item_2 (2), item_3 (3), item_4 (2), item_5 (3), item_6 (2) dan item_7 (3).

Tabel 4.20

Item_1 pernyataan variabel pendapatan ekonomi

item1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1	3	7,5	7,5	7,5
2	5	12,5	12,5	20,0
3	30	75,0	75,0	95,0
4	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi 30 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 75%.

Tabel 4.21

Item_2 pernyataan variabel pendapatan ekonomi

item2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1	11	27,5	27,5	27,5
	2	26	65,0	65,0	92,5
	3	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 2 dengan jumlah frekuensi 26 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 65%.

Tabel 4.22

Item_3 pernyataan variabel pendapatan ekonomi

item3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2	3	7,5	7,5	7,5
	3	23	57,5	57,5	65,0
	4	11	27,5	27,5	92,5
	5	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi 23 sampel dari

40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 57,5%.

Tabel 4.23

Item_4 pernyataan variabel pendapatan ekonomi

item4

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	27,5	27,5	27,5
2	26	65,0	65,0	92,5
3	3	7,5	7,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 2 dengan jumlah frekuensi 26 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 65%.

Tabel 4.24

Item_5 pernyataan variabel pendapatan ekonomi

item5

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	7,5	7,5	7,5
2	5	12,5	12,5	20,0
3	30	75,0	75,0	95,0
4	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi 30 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 75%.

Tabel 4.25

Item_6 pernyataan variabel pendapatan ekonomi

item6

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	27,5	27,5	27,5
	2	26	65,0	65,0	92,5
	3	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 2 dengan jumlah frekuensi 26 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 65%.

Tabel 4.26
Item_7 pernyataan variabel pendapatan ekonomi

item7

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid 1	3	7,5	7,5	7,5
2	5	12,5	12,5	20,0
3	30	75,0	75,0	95,0
4	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi yang paling banyak terdapat pada nilai 3 dengan jumlah frekuensi 30 sampel dari 40 sampel dengan jumlah presentasi dari setiap frekuensi adalah 75%.

4.3 Analisis Data

Sebelum data dianalisis data diuji terlebih dahulu untuk meyakinkan data yang bersangkutan baik atau tidak. Uji data-data yang dimaksud adalah:

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji masing-masing item pernyataan dari setiap variabel penelitian. Suatu variabel dikorelasikan dengan nilai total masing-

masing butir pertanyaan dengan menggunakan metode korelasi person. Kemudian nilai korelasi dibandingkan dengan uji signifikan dengan taraf 5%. Apabila korelasi lebih besar dari 5% maka nilai korelasi dari masing-masing butir tersebut dinyatakan valid.

Dari hasil validitas didapatkan dua variabel, yaitu pariwisata syariah (X1), produk kepariwisataan (X2), pendapatan ekonomi (Y). Nilai korelasi dibandingkan dengan r_{tabel} , r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan (n) = 40 atau df = 38, maka di dapat r_{tabel} sebesar 0,263, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka angket dikatakan valid, begitu sebaliknya. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka angket dikatakan tidak valid.

Tabel4.27

Validitas variable Pariwisata Syariah, Produk
Kepariwisataan dan Pendapatan Ekonomi

Validitas	No soal	Validitas		Ket
Pariwisata Syariah (X1)	item_1	0,263	0,453	Valid
	item_2	0,263	0,469	Valid
	item_3	0,263	0,374	Valid
	item_4	0,263	0,636	valid
	item_5	0,263	0,667	Valid
Produk wisata(X2)	item_1	0,263	0,620	Valid

	item_2	0,263	0,466	Valid
	item_3	0,263	0,620	Valid
	item_4	0,263	0,620	Valid
	item_5	0,263	0,643	Valid
	item_6	0,263	0,579	Valid
Pendapatan ekonomi (Y)	item_1	0,263	0,737	Valid
	item_2	0,263	0,632	Valid
	item_3	0,263	0,338	Valid
	item_4	0,263	0,632	Valid
	item_5	0,263	0,737	Valid
	item_6	0,263	0,632	Valid
	item_7	0,263	0,737	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

2019

4.3.2 Uji Reabilitas

Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu varabel dikatakan valid reliable apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Uji reabilitas untuk masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur Variabel Pariwisata Syariah, Produk Kepariwisataaan dan Pendapatan Ekonomi menggunakan program SPSS, adapun hasil perhitungannya:

Tabel 4.28
Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Ket
Pariwisata	0,682	6	Reliable
Produk Wisata	0,723	7	Reliable
Pertumbuhan Ekonomi	0,753	8	Reliable

Sumber: Data primer yang diolah

2019

Dari tabel 4.28 diketahui bahwa koefisien reabilitas variabel pariwisata syariah 0,682, koefisien produk kepariwisataan sebesar 0,712, dan koefisien pendapatan ekonomi sebesar 0,771. Hal ini menunjukkan bahwa semua koefisien reabilitas $> 0,60$ maka dinyatakan reliable.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Apapun tujuan dari penggunaan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Data yang digunakan dalam uji normalitas adalah data dari pariwisata syariah (X1), produk kepariwisataan (X2) dan pertumbuhan ekonomi (Y) di kawasan Curug Tujuh Bidadari. Untuk teknik pengujian

normalitas, peneliti menggunakan teknik rasio skewness dan rasio kurtosis yaitu dengan hasil apabila rasio skewness dan rasio kurtosis berada diantara -2 hingga +2 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal yang dihitung dengan bantuan SPSS tipe 23. Skewness sendiri secara sederhana dapat didefinisikan sebagai tingkat kemencengan suatu distribusi data. Sedangkan kurtosis adalah tingkat keruncingan distribusi data.

Tabel 4.29
Hasil Uji Normalitas
Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis

Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
pariwisata	40	,043	,374	-,799	,733
produk wisata	40	-,071	,374	,269	,733
pertumbuhan ekonomi	40	-,671	,374	,614	,733
Valid N (listwise)	40				

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Rasio Skewness = skewness/ std. Error skewness

- Pariwisata Syariah (X1)
= 0,114973
- Produk Kepariwisataaan (X2)
= -0,189839
- Pendapatan Ekonomi (Y)
= -1,79412

Rasio Kurtosis = kurtosis/ std. Error kurtosis

- Pariwisata Syariah (X1)
= -1,09004
- Produk Kepariwisataan (X2)
= 0,36698
- Pendapatan Ekonomi (Y) =
0,837653

Berdasarkan data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah situasi tidak konstannya varians. Untuk mendeteksi

ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan pengujian dengan menggunakan metode *Gleser* dengan ketentuan apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.30
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,843	4,073		1,189	,242
pariwisata	,106	,167	,105	,636	,529
produk wisata	-,210	,181	-,192	-1,163	,252

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data primer diolah 2019

Dari uji *gleser* diatas dapat dilihat dengan jelas bahwa dari signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas atau data statistik tersebut mengandung adanya asumsi klasik heteroskedastisitas.

4.3.3.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas disini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi

ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan dengan berdasarkan nilai VIF. Jika $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas dan apabila $VIF > 10,00$ maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.31
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,134	6,541		-,020	,984	
	pariwisata	,224	,268	,129	,836	,409	,954
	produk wisata	,660	,290	,351	2,274	,029	,954

a. Dependent Variable: pertumbuhan ekonomi

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan $VIF < 10,00$.

4.4 Uji Hipotesis

Persamaan model regresi penelitian ini adalah:

$$Y = -134 + 0,224 X_1 + 0,660 X_2$$

Dimana: X_1 = Pariwisata Syariah

X_2 = Produk Kepariwisataan

$a = -134$ adalah bilangan konstan yang berarti apabila X_1 (pariwisata syariah), X_2 (produk kepariwisataan), tidak ada maka besarnya Y (pendapatan ekonomi) adalah -134 .

$b_1 = 0,224$ adalah besarnya koefisien regresi sebesar X_1 (pariwisata syariah), yang berarti setiap peningkatan penambahan X_1 sebesar 1 satuan akan meningkatkan Y sebesar $0,224$ satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya (X_2) konstan. Jika variabel pariwisata syariah meningkat, maka pendapatan ekonomi juga akan meningkat. Jika variabel pariwisata syariah menurun maka pembelian juga akan menurun. Hal ini menunjukkan variabel pariwisata syariah memiliki arah hubungan positif terhadap pembelian.

$b_2 = 0,660$ adalah besarnya koefisien regresi X_2 (produk wisata), yang berarti setiap peningkatan X_2 sebesar 1 satuan akan meningkatkan Y sebesar $0,660$ satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya (X_1) konstan. Jika variabel produk wisata meningkat, maka pendapatan ekonomi akan meningkat. Jika variabel produk wisata menurun, maka pendapatan ekonomi juga menurun. Hal ini menunjukkan, variabel produk wisata memiliki arah hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.32

Koefisien Determinasi Pariwisata Syariah, Produk Kepariwisataaan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Desa Keseneng

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,399 ^a	,159	,114	2,615

a. Predictors: (Constant), produk wisata, pariwisata

Berdasarkan data diatas diketahui R Square sebesar 0,159 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 15,9%.

4.4.2 Uji F

Tabel 4.32

Tabel Uji Signifikasi Stimultan Pariwisata Syariah, produk kepariwisataaan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat Lemah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47,856	2	23,928	3,500	,041 ^b
	Residual	252,919	37	6,836		
	Total	300,775	39			

a. Dependent Variable: pertumbuhan ekonomi

b. Predictors: (Constant), produk wisata, pariwisata

Dari tabel tersebut diketahui nilai signifikan $0,041 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 3,500$

$> F_{tabel} 3,24$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pariwisata (X1), produk wisata (X2) secara simultan terhadap pendapatan ekonomi (Y).

4.4.3 Uji T

Tabel 4.32

Uji Signifikasi Parameter Stimultan Pariwisata, Produk Wisata Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,134	6,541		-,020	,984
	pariwisata	,224	,268	,129	,836	,409
	produk wisata	,660	,290	,351	2,274	,029

a. Dependent Variable: pertumbuhan ekonomi

Dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa:

- Hipotesis yang pertama diketahui untuk variabel Pariwisata (X1) $T_{hitung} = 0,834 < T_{tabel} 2,026$ dan sig $0,409 > 0,05$ artinya pariwisata syariah tidak berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi (Y) di masyarakat kawasa Curug Tujuh Bidadari.

- Hipotesis kedua untuk variabel produk wisata (X2)
 $T_{hitung} = 2,274 > T_{tabel} = 2,026$ dan $sig\ 0,029 < 0,05$
 artinya produk wisata berpengaruh positif terhadap
 pendapatan ekonomi (Y) di masyarakat kawasa
 Curug Tujuh Bidadari.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 40 responden untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel yang terdapat dalam penelitian Pengaruh Pariwisata Syariah (X1) dan Produk Kepariwisata (X2) terhadap Pendapatan Ekonomi (Y) Masyarakat di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang. Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa hasil pernyataan angket yang disebar untuk 40 responden dinyatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$ semua. Hasil uji reabilitas pada penelitian ini juga terbukti reliabel, dibuktikan dengan semua koefisien lebih besar dari 0,60 maka semua pernyataan dinyatakan reliabel.

Uji R (Koefisien Determinasi Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang ini dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,159, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 15,9%. Sedangkan 84,1% lainnya ditentukan oleh faktor lain. Hasil analisis Uji F (Uji Signifikan

Simultan) diketahui, bahwa ada pengaruh yang simultan antara variabel X1,X2 terhadap Y dengan nilai signifikan $0,041 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 3,500 > F_{tabel} 3,24$. Hasil analisis Uji t berdasarkan hipotesis dapat diketahui bahwa:

- **Hipotesis yang pertama diketahui untuk variabel Pariwisata Syariah (X1).**

Pariwisata merupakan perjalanan dari suatu 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.⁵ Perkembangan wisata pada akhirnya akan mendatangkan beberapa pengaruh bagi perkembangan suatu wilayah. Pengaruh pariwisata terhadap masyarakat yaitu setiap kegiatan wisata akan menghasilkan pendapatan bagi masyarakat setempat. Pendapatan itu dihasilkan dari transaksi antara wisatawan dengan tuan rumah dalam pembelian jasa. Peningkatan pendapatan masyarakat dari industri pariwisata membuat perekonomian masyarakat menjadi jauh lebih baik, masyarakat bisa memperbaiki kehidupan dari bekerja tambahan di kawasan wisata. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pariwisata tidak berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat, hal ini dapat

⁵ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata*, Yogyakarta: Kanisius, 1987, h. 21

dilihat dari $T_{hitung} = 0,834 < T_{tabel} 2,026$ dan $sig 0,409 > 0,05$ itu berarti hipotesis ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pariwisata syariah berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (Y) dikarenakan ada faktor lain seperti pedagang yang mulai tidak aktif, banyaknya persaingan pariwisata di daerah Sumowono dan Bandungan yang memberikan tawaran destinasi wisata yang lebih menarik. Kemudian masyarakat di sekitar Desa Keseneng lebih mementingkan untuk bekerja di lahan pertanian dan peternakan karena upah yang didapatkan setiap harinya langsung bisa untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, dibandingkan harus mengelola pariwisata Curug Tujuh Bidadari yang hasilnya kurang menentu sehingga tidak dapat di gunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sebab, yang berkunjung dikawasan Curug Tujuh Bidadari hanya sedikit dan tidak setiap hari ada. Hal ini diperkuat dengan penelitian dari Devilian Putri (2014) “Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Hasil Daerah (PAD) di Kabupaten Pesisir Selatan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara jumlah wisatawan dengan pendapatan asli daerah di kabupaten pesisir selatan. Dengan demikian yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian saya terletak pada

variabel Y. Penelitian terdahulu membahas pengaruh pariwisata terhadap pendapatan asli daerah, sedangkan penelitian saya pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat lemah.

- **Hipotesis kedua untuk variabel Produk Kepariwisataan (X2)**

Produk pariwisata berbasis masyarakat lokal dipahami sebagai faktor penarik (*pull factor*) wisatawan yang diciptakan oleh masyarakat berdasarkan sumber daya pariwisata atau keunikan yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Smith (1994) menegaskan, bahwa produk pariwisata dapat dijelaskan melalui dua prespektif, yaitu sisi permintaan dan sisi penawaran.

Produk pariwisata berdasarkan prespektif permintaan, merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh pasar, baik pasar aktual ataupun pasar potensial, dapat digunakan atau dikonsumsi, untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan ketika mengisi waktu luang. Termasuk dalam hal pelayanan, aktivitas, aksesibilitas, citra dan harga.⁶ Kemudahan akses menuju lokasi wisata merupakan faktor penunjang yang memberikan kemudahan bagi

6

https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2380508977a611bbadb6e562e19690b8.pdf diakses pada pukul 23:13, tanggal 8 April 2019, h. 20-21

wisatawan untuk mencapai obyek wisata yang dituju, yaitu meliputi kondisi jalan yang sudah baik, adanya kemudahan transportasi umum disekitar obyek wisata, jarak yang mudah dijangkau serta adanya papan petunjuk arah yang jelas untuk menuju ke tempat wisata. Produk pariwisata berdasarkan prospektif penawaran, produk pariwisata didefinisikan sebagai jenis pariwisata yang dikembangkan disuatu destinasi pariwisata berdasarkan skala aktivitas dan pelayanan. Dalam penelitian ini, pariwisata berbasis masyarakat termasuk jenis pariwisata alternatif dimana ada keterlibatan masyarakat dalam pengembangan produk pariwisata. Dari hasil penelitiann ini diketahui bahwa produk wisata berpengaruh positif terhadap ekonomi masyarakat dikawasan Curug Tujuh Bidadari, hal ini dapat dilihat dari $T_{hitung} = 2,274 > T_{tabel} = 2,026$ dan $sig\ 0,029 < 0,05$ artinya produk kepariwisataan berpengaruh positif terhadap pendapatan ekonomi (Y) di masyarakat kawasan Curug Tujuh Bidadari.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dengan asumsi ada faktor lain yang mempengaruhi wisata, sedangkan H_2 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Aedy, Hasan. *Teori dan Aplikasi Ekonomi Pembangunan Prespektif Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013.

Chaundry, Muhammad Sarif. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, Jakarta: Kencana, 2012.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: CV. Toha Putra, 1989.

DSN-MUI, No 108/DSN-MUI/X/2016.

EQ, Zainal Mustafa. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Fordebi, Adesy. *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Gaspers, Vincent. *Ekonomi Menejerial*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah*, Depok: Rajawali Pers, 2017.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.

J Spillane. James *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1987.

- Kartika, Restu. *Asas-asas Metodologi Penelitian*.
- Lupiyoadi, Rambat. Ridho Bramulya Ikhsan, *Pratikum Metode Riset dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Muljadi A.J. H. Andri Warman, *Kepariwisataaan Dan Perjalanan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Pitana, I Gde. I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009.
- Purwanto, Erwan Agus. Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*.
- Rianto, M Nur. Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Sarjono, Haryadi. Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat , 2011.
- Sekaran, dalam kutipan buku mengurai variabel hingga instrumen, 2003.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* , Bandung: Alfabeta, 2015.

- Suryana, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba empat, 2014.
- Suryani, Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Susilowati, Lantip. *Bisnis Kewirausahaan*, Yogyakarta: Sukses Offset, 2013.
- Todaro, Michacel P. *Pembangunan Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Widodo, *Metodologi Penelitian Populer &Praktis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*.

B. Karya Ilmiah

- Abdulhaji, Sulfi. Ibnu Sina Hi. Yusuf, *Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate*, Jurnal Penelitian Humano, Vol. 7 No. 2, 2016.
- Adikampana, I Made. *Modul Mata Kuliah Berbasis Masyarakat Intergrasi Masyarakat Lokal Dalam Perencanaan Destinasi Pariwisata*, Bali: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, 2016.
- Ahmar, Nurlinda, Mustafa Nurhani, *Peranan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Ali Daerah Kota Palopo*, Jurnal Equilibrium, Vol 2 No 1, 2012.
- Arianti, Desi. *Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian dan Keruangan Bukit Tinggi*

(*Pendekatan Input Output*), Jurnal Pembangunan Wilayah Kota, Vol 12 No 4.

Budiman, M Arif. M. Kholid Mawardi, Luchman Hakim, *Identifikasi Potensi Dan Pengembangan Produk Wisata Serta Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata (Studi Kasus Di Pantai Bangsring, Kabupaten Banyuwangi)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 50, No. 4, 2017.

Deni, Muhammad. Sri Winarni, *Pengaruh Pramuwisata Dan Promosi Terhadap Kunjungan Wisatawan Kota Plembang*, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 15 No 1, 2017.

Elsa, *Peran Pariwisata Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat*, Jurnal Spasial: Program Studi Pendidikan Geografi, STKIP PGRI Sumatra Barat.

Hermawan, Hary. *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Study Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglangeran)*, Vol 15 No 1, Mei 2017.

Kurniawan, Wawan. *Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sido Mukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang*, Skripsi, Semarang: Universitas Negri Semarang, 2015.

Samiarta, I Gede. I Gst. Agung Oka Mahagangga, *Perkembangan Desa Wisata Di Kabupaten Bandung (Studi Kasus Desa Wisata Baha)*, Bali : Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Vol 4 No 2, 2016.

Tim KKN-PPM, *Pedoman Umum Pengembangan Desa Wisata Cirangkng Tahap Awal*, Kab. Subang, 2012.

W, Teti Ika. *Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar*, Skripsi, Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2016.

C. Internet

http://ditjenpp.kemendiknas.go.id/arsip/in/inpres_1969_9_PedomanPembinaanPengembanganPariwisataNasiona1.pdf di akses pada tanggal 16 September 2018 pukul 17.35

https://id.wikipedia.org/wiki/Sumowono,_Semarang diakses pada tanggal 12 Februari 2019 pukul 20.31 WIB

https://id.wikipedia.org/wiki/Struktur_organisasi diakses pada tanggal 12 Februari 2019 pukul 19.39 WIB

http://www.academia.edu/31826928/STRUKTUR_TUGAS_WEWENANG_DAN_TANGGUNG_JAWAB_PENGURUS diakses pada tanggal 12 Februari 2019 pukul 20:47 WIB

https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2380508977a611bbadb6e562e19690b8.pdf diakses pada pukul 23:13, tanggal 8 April 2019, h. 20-21

<http://www.sanitasi.net/undang-undang-no-32-tahun-2004-tentang-pemerintahan-daerah.html> di akses pada tanggal 16 September 2018 pukul 17.25

<https://id.wikipedia.org/wiki/Obyek> diakses pada tanggal 21 September 2018, 2

https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2380508977a611bbadb6e562e19690b8.pdf diakses pada pukul 23:13, tanggal 8 April 2019, h. 20-21

Muslehgeo.blogspot.com/2013/06/teori-teori-ketenagakerjaan.html, diakses pada 03 Oktober 2018, pukul 23.40

Rustyrusdy.blogspot.com/2013/05/definisi-ekonomi.html, di akses pada tanggal 21 September 2018, pukul 21.01

Walangkopo99.blogspot.com/2015/05/pengertian-pendapatan-menurut-para-ahli.html, diakses pada 04 Oktober 2018, pukul 21.56

Lampiran 1

KUESIONER

Responden yang terhormat,

Sehubungan penelitian yang sedang saya lakukan, saya mengharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) di FEBI UIN WALISONGO yang berjudul “ Pengaruh Pariwisata Syariah Dan Produk Kepariwisataaan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)”.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya. Jawaban yang saudara sampaikan semata-mata untuk kepentingan penelitian. Kesediaan saudara dalam mengisi kuisisioner ini sangat berarti bagi penyelesaian studi saya.

Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara, saya ucapkan terimakasih.

Peneliti

Rini Setiyoningsih
NIM 1405026023

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Pariwisata Syariah (X1)

No	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Curug Tujuh Bidadari mempunyai daya tarik yang berbeda dengan obyek wisata yang lain sehingga tidak mudah dilupakan oleh wisatawan.					
2	Curug Tujuh Bidadari merupakan Destinasi yang ramah lingkungan dan cocok untuk berlibur dengan keluarga					
3	Label halal pada produk Curug Tujuh Bidadari mampu mengalahkan pesaing dari wisata lain					
4	Obyek wisata Curug Tujuh Bidadari memberikan peluang masyarakat untuk menambah penghasilan keluarga					
5	Obyek pariwisata Curug Tujuh Bidadari menyediakan lokasi kepada masyarakat untuk berdagang					

2. Produk Kepariwisataaan (X2)

No	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Sebelum pekerjaan dimulai, saya mendapatkan bimbingan terlebih dahulu					
2	Saat bekerja, saya mampu melayani wisatawan dengan baik					
3	Curug Tujuh Bidadari memberikan tempat yang asri dan sejuk					

4	Harga produk yang kami tawarkan sangat terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
5	Kondisi jalan menuju Curug sudah baik sehingga tidak membuat lelah wisatawan					
6	Transportasi umum menuju Curug sangat memadai					

3. Pendapatan Ekonomi (Y)

No	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Banyak peluang usaha yang muncul setelah adanya pembangunan wisata Curug Tujuh Bidadari					
2	Setiap peluang usaha yang ada, telah dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat					
3	Adanya obyek pariwisata Curug Tujuh Bidadari membuka lapangan pekerjaan dilokasi obyek wisata					
4	Dengan adanya pembangunan pariwisata ini, kondisi perekonomian keluarga jauh lebih baik					
5	Saya tidak merasa rendah diri apabila mengalami kegagalan dalam menjalankan pekerjaan saya					
6	Saya akan berusaha keras untuk memperbaiki kinerja saya					
7	Dengan adanya pariwisata ini, kami termotivasi untuk menyisihkan sebagian uang kami untuk bersodaqoh/ zakat					

Lampiran 2

Hasil Jawaban Kuesioner

No. Res	Angket Pariwisata Syariah(X1)					Skor Total
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	2	1	12
2	3	3	3	2	1	12
3	4	2	4	2	2	14
4	3	3	3	2	2	13
5	4	3	4	1	1	13
6	5	3	3	3	2	16
7	3	3	3	3	1	13
8	4	4	4	3	2	17
9	3	3	3	2	1	12
10	3	3	3	1	2	12
11	3	3	4	3	1	14
12	4	3	5	2	1	15
13	3	3	3	3	1	13
14	3	3	3	2	1	12
15	3	4	3	3	1	14
16	3	3	3	3	3	15
17	3	3	4	3	2	15
18	4	3	4	3	2	16
19	5	3	4	3	1	16
20	4	3	4	2	1	14
21	5	3	3	3	2	16
22	3	3	4	3	2	15
23	3	3	3	3	2	14
24	3	3	4	2	1	13
25	3	3	4	3	1	14
26	4	3	4	3	3	17
27	3	4	4	3	2	16

28	3	4	3	3	3	16
29	3	3	3	3	3	15
30	3	4	3	3	3	16
31	3	3	3	3	3	15
32	3	4	4	3	2	16
33	3	3	4	2	2	14
34	3	4	4	2	1	14
35	3	3	3	3	1	13
36	3	4	4	3	3	17
37	3	4	3	3	2	15
38	4	4	4	3	3	18
39	4	3	4	3	2	16
40	3	3	4	3	1	14

No. Res	Produk Kepariwisata (X2)						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	4	4	3	2	20
2	4	3	4	4	4	2	21
3	4	4	4	4	4	1	21
4	4	3	4	4	3	2	20
5	4	4	4	4	4	3	23
6	4	4	4	4	4	3	23
7	4	4	4	4	4	2	22
8	4	4	4	4	4	2	22
9	4	3	4	3	3	1	18
10	4	3	4	4	3	3	21
11	4	3	4	4	3	1	19
12	3	4	3	3	3	2	18
13	4	3	4	4	3	2	20
14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	4	4	4	4	2	22

16	4	4	4	3	3	2	20	
17	4	4	4	4	3	2	21	
18	4	3	4	4	4	1	20	
19	4	4	4	4	4	2	22	
20	4	4	4	4	4	3	23	
21	5	4	5	5	4	2	25	
22	4	4	4	4	4	2	22	
23	4	4	4	4	4	2	22	
24	4	4	4	4	4	2	22	
25	4	4	4	4	3	2	21	
26	4	4	4	4	3	1	20	
27	3	4	3	4	4	1	19	
28	4	4	4	4	4	1	21	
29	4	4	4	4	3	3	22	
30	4	4	4	4	4	1	21	
31	4	4	4	4	3	1	20	
32	4	4	4	4	4	2	22	
33	4	3	4	4	3	2	20	
34	4	4	4	4	4	2	22	
35	3	4	3	4	3	2	19	
36	4	4	4	4	4	2	22	
37	4	4	4	4	4	2	22	
38	4	4	4	4	4	3	23	
39	4	4	4	4	3	2	21	
40	4	4	4	4	3	2	21	
	Perndapatan Ekonomi (Y)						Skor Total	
No. Res	1	2	3	4	5	6	7	
1	3	2	3	2	3	2	3	18

2	2	2	3	2	2	2	2	15
3	3	1	3	1	3	1	3	15
4	2	2	4	2	2	2	2	16
5	1	2	4	2	1	2	1	13
6	3	2	3	2	3	2	3	18
7	3	1	3	1	3	1	3	15
8	3	1	3	1	3	1	3	15
9	3	1	3	1	3	1	3	15
10	3	2	3	2	3	2	3	18
11	2	1	3	1	2	1	2	12
12	3	2	5	2	3	2	3	20
13	3	2	4	2	3	2	3	19
14	3	2	3	2	3	2	3	18
15	3	2	4	2	3	2	3	19
16	3	2	3	2	3	2	3	18
17	2	2	3	2	2	2	2	15
18	1	1	3	1	1	1	1	9
19	3	2	4	2	3	2	3	19
20	3	3	4	3	3	3	3	22
21	3	2	5	2	3	2	3	20
22	3	2	3	2	3	2	3	18
23	3	2	3	2	3	2	3	18
24	3	2	3	2	3	2	3	18
25	3	2	3	2	3	2	3	18
26	3	1	4	1	3	1	3	16
27	3	1	4	1	3	1	3	16
28	3	1	4	1	3	1	3	16
29	3	3	3	3	3	3	3	21
30	3	1	3	1	3	1	3	15
31	4	1	3	1	4	1	4	18

32	3	2	4	2	3	2	3	19
33	3	2	2	2	3	2	3	17
34	2	2	2	2	2	2	2	14
35	1	2	3	2	1	2	1	12
36	3	2	5	2	3	2	3	20
37	3	2	4	2	3	2	3	19
38	3	3	3	3	3	3	3	21
39	4	2	3	2	4	2	4	21
40	3	2	2	2	3	2	3	17

Lampiran 3

Karakteristik Responden sebagai berikut:

Presentase Usia

Kategori	Usia	Frekuensi	Frekuensi Relatif (100%)
A	20-30	11	28%
B	31-40	16	40%
C	41-50	10	25%
D	51-60	3	8%
Jumlah		40	100%

Presentase Jenis Kelamin

Kategori	Jenis Kelamin	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
A	Laki-laki	26	65%
B	Perempuan	14	35%
Jumlah		40	100%

Presentase Jenjang Pendidikan

Kategori	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Frekuensi Relatif (100%)
A	SD	2	5%
B	SMP	9	23%
C	SMA	21	53%
D	D3	5	13%
E	S1	3	8%
Jumlah		40	100%

Presentase Berdasarkan Pekerjaan

Kategori	Jenjang Pekerjaan	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
A	Mahasiswa	1	3%
B	Wiraswasta	13	33%
C	PNS	7	18%
D	Pedagang	9	23%
E	Lain-lain	10	25%
Jumlah		40	100%

Lampiran 4

Statistik Deskriptif

Variabel Pariwisata Syariah (X1)

Statistics

		item1	item2	item3	item4	item5	total
N	Valid	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3,38	3,23	3,55	2,63	1,78	14,55
Median		3,00	3,00	4,00	3,00	2,00	14,50
Mode		3	3	4	3	1	14 ^a
Std. Deviation		,628	,480	,552	,586	,768	1,600
Variance		,394	,230	,305	,343	,589	2,562
Minimum		3	2	3	1	1	12
Maximum		5	4	5	3	3	18

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

item1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	28	70,0	70,0	70,0
	4	9	22,5	22,5	92,5
	5	3	7,5	7,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

item2

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2	1	2,5	2,5	2,5
	3	29	72,5	72,5	75,0
	4	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item3

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	3	19	47,5	47,5	47,5
	4	20	50,0	50,0	97,5
	5	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item4

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1	2	5,0	5,0	5,0
	2	11	27,5	27,5	32,5
	3	27	67,5	67,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item5

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1	17	42,5	42,5	42,5
	2	15	37,5	37,5	80,0
	3	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Variabel Produk Kepariwisataaan (X2)

Statistics

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	SUM
N	Valid	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3,95	3,78	3,95	3,95	3,58	1,95
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00
Mode		4	4	4	4	4	2
Std. Deviation		,316	,423	,316	,316	,501	,639
Variance		,100	,179	,100	,100	,251	,408
Minimum		3	3	3	3	3	1
Maximum		5	4	5	5	4	3

item1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7,5	7,5	7,5
	4	36	90,0	97,5
	5	1	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

item2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	22,5	22,5	22,5
	4	31	77,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

item3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	7,5	7,5	7,5
	4	36	90,0	90,0	97,5
	5	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	7,5	7,5	7,5
	4	36	90,0	90,0	97,5
	5	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	42,5	42,5	42,5
	4	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	22,5	22,5	22,5
	2	24	60,0	60,0	82,5
	3	7	17,5	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Variabel Pendapatan Ekonomi (Y)

Statistics

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	total
N	Valid	40	40	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2,78	1,80	3,35	1,80	2,78	1,80	2,78	17,08
Median		3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	18,00
Mode		3	2	3	2	3	2	3	18
Std. Deviation		,660	,564	,736	,564	,660	,564	,660	2,777
Variance		,435	,318	,541	,318	,435	,318	,435	7,712
Minimum		1	1	2	1	1	1	1	9
Maximum		4	3	5	3	4	3	4	22

item1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	7,5	7,5	7,5
	2	5	12,5	12,5	20,0
	3	30	75,0	75,0	95,0
	4	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	27,5	27,5	27,5
	2	26	65,0	65,0	92,5
	3	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item3

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2	3	7,5	7,5	7,5
	3	23	57,5	57,5	65,0
	4	11	27,5	27,5	92,5
	5	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item4

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1	11	27,5	27,5	27,5
	2	26	65,0	65,0	92,5
	3	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item5

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1	3	7,5	7,5	7,5
	2	5	12,5	12,5	20,0
	3	30	75,0	75,0	95,0
	4	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item6

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1	11	27,5	27,5	27,5
	2	26	65,0	65,0	92,5
	3	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

item7

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1	3	7,5	7,5	7,5
	2	5	12,5	12,5	20,0
	3	30	75,0	75,0	95,0
	4	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Lampiran 5

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas

Variabel Pariwisata Syariah (X1)

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	SUM
item1	Pearson Correlation	1	,188	1,000**	,325*	,134	,325*	,003	,744**
	Sig. (2-tailed)		,246	,000	,041	,410	,041	,986	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item2	Pearson Correlation	,188	1	,188	-,008	,283	-,008	-,098	,344*
	Sig. (2-tailed)	,246		,246	,962	,077	,962	,548	,030
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item3	Pearson Correlation	1,000**	,188	1	,325*	,134	,325*	,003	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,246		,041	,410	,041	,986	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item4	Pearson Correlation	,325*	-,008	,325*	1	,131	1,000**	,278	,741**
	Sig. (2-tailed)	,041	,962	,041		,422	,000	,083	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item5	Pearson Correlation	,134	,283	,134	,131	1	,131	-,042	,431**
	Sig. (2-tailed)	,410	,077	,410	,422		,422	,795	,005
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item6	Pearson Correlation	,325*	-,008	,325*	1,000**	,131	1	,278	,741**
	Sig. (2-tailed)	,041	,962	,041	,000	,422		,083	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item7	Pearson Correlation	,003	-,098	,003	,278	-,042	,278	1	,346*
	Sig. (2-tailed)	,986	,548	,986	,083	,795	,083		,029
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
SUM	Pearson Correlation	,744**	,344*	,744**	,741**	,431**	,741**	,346*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,030	,000	,000	,005	,000	,029	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Variabel Produk Kepariwisataaan (X2)

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	SUM
item1	Pearson Correlation	1	-,086	1,000**	,487**	,186	,114	,620**
	Sig. (2-tailed)		,597	,000	,001	,250	,483	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item2	Pearson Correlation	-,086	1	-,086	,105	,385*	,147	,466**
	Sig. (2-tailed)	,597		,597	,517	,014	,365	,002
	N	40	40	40	40	40	40	40
item3	Pearson Correlation	1,000**	-,086	1	,487**	,186	,114	,620**
	Sig. (2-tailed)	,000	,597		,001	,250	,483	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item4	Pearson Correlation	,487**	,105	,487**	1	,348*	,114	,620**
	Sig. (2-tailed)	,001	,517	,001		,028	,483	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item5	Pearson Correlation	,186	,385*	,186	,348*	1	,092	,643**
	Sig. (2-tailed)	,250	,014	,250	,028		,571	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
item6	Pearson Correlation	,114	,147	,114	,114	,092	1	,579**
	Sig. (2-tailed)	,483	,365	,483	,483	,571		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
SUM	Pearson Correlation	,620**	,466**	,620**	,620**	,643**	,579**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Pendapatan Ekonomi (Y)

Correlations

	Item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	total	
item_1	Pearson Correlation	1	,014	,061	,014	1,000**	,014	1,000**	,737**
	Sig. (2-tailed)		,933	,710	,933	,000	,933	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item_2	Pearson Correlation	,014	1	,049	1,000**	,014	1,000**	,014	,632**
	Sig. (2-tailed)	,933		,762	,000	,933	,000	,933	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item_3	Pearson Correlation	,061	,049	1	,049	,061	,049	,061	,338*
	Sig. (2-tailed)	,710	,762		,762	,710	,762	,710	,033
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item_4	Pearson Correlation	,014	1,000**	,049	1	,014	1,000**	,014	,632**
	Sig. (2-tailed)	,933	,000	,762		,933	,000	,933	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item_5	Pearson Correlation	1,000**	,014	,061	,014	1	,014	1,000**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,933	,710	,933		,933	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item_6	Pearson Correlation	,014	1,000**	,049	1,000**	,014	1	,014	,632**
	Sig. (2-tailed)	,933	,000	,762	,000	,933		,933	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
item_7	Pearson Correlation	1,000**	,014	,061	,014	1,000**	,014	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,933	,710	,933	,000	,933		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
total	Pearson Correlation	,737**	,632**	,338*	,632**	,737**	,632**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,033	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Uji Reabilitas

Pariwisata Syariah (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	6

Produk Kepariwisataan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,723	7

Pendapatan Ekonomi (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,753	8

Lampiran 6

Uji Normalitas

Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
pariwisata	40	,043	,374	-,799	,733
produk wisata	40	-,071	,374	,269	,733
pertumbuhan ekonomi	40	-,671	,374	,614	,733
Valid N (listwise)	40				

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,843	4,073		1,189	,242
	pariwisata	,106	,167	,105	,636	,529
	produk wisata	-,210	,181	-,192	-1,163	,252

a. Dependent Variable: Abs_Res

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,134	6,541		-,020	,984		
	pariwisata	,224	,268	,129	,836	,409	,954	1,048
	produk wisata	,660	,290	,351	2,274	,029	,954	1,048

a. Dependent Variable: pertumbuhan ekonomi

Lampiran 7

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,399 ^a	,159	,114	2,615

a. Predictors: (Constant), produk wisata, pariwisata

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47,856	2	23,928	3,500	,041 ^b
	Residual	252,919	37	6,836		
	Total	300,775	39			

a. Dependent Variable: pertumbuhan ekonomi

b. Predictors: (Constant), produk wisata, pariwisata

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,134	6,541		-,020	,984
	pariwisata	,224	,268	,129	,836	,409
	produk wisata	,660	,290	,351	2,274	,029

a. Dependent Variable: pertumbuhan ekonomi









DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : RINI SETIYONINGSIH
2. Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 31 Maret 1995
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat Asal : Kp. Kandangan Barat Rt 03 Rw 07
Desa Krajankulon Kec Kaliwungu
Kab.Kendal.
6. Email/ No Hp : rinisetiyoningsih23@gmail.com /
0895340301177
7. Pendidikan Formal :
 1. Tahun 2000/2001 : TK Bustanul Athfal 4 Kaliwungu
 2. Tahun 2006/2007 : SDN 03 Krajankulon Kaliwungu
 3. Tahun 2009/2010 : SMP Muhammadiyah 03
Kaliwungu
 4. Tahun 2013/2014: SMA Negeri 01 Kaliwungu

Kendal, 19 Juni 2019

Rini Setiyoningsih