



**ANALISIS MINAT BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA DESA
SIALLAGAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI KECAMATAN
SIMANINDO KABUPATEN SAMOSIR MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Disusun Oleh :

EKA SUMIATI MALAU

1715210076

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : EKA SUMIATI MALAU
NPM : 1715210076
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS MINAT BERKUNJUNG KE OBJEK
WISATA DESA SIALLAGAN BERBASIS
KEARIFAN LOKAL DI KECAMATAN
SIMANINDO KABUPATEN SAMOSIR MASA
PANDEMI COVID-19

MEDAN, 28 OKTOBER 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(Dr. Bakhtiar Efendi, S.E., M.Si)



(Dr. Onny Medaline S.H., M.Kn)

PEMBIMBING I

(Rahmad Sembiring, SE., M.SP)

PEMBIMBING II

(Dewi Mahrani Rangkyut, SE., M.Si)



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH
PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : EKA SUMIATI MALAU
NPM : 1715210076
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS MINAT BERKUNJUNG KE OBJEK
WISATA DESA SIALLAGAN BERBASIS
KEARIFAN LOKAL DI KECAMATAN
SIMANINDO KABUPATEN SAMOSIR MASA
PANDEMI COVID-19

MEDAN, 28 OKTOBER 2021

KETUA

(Diwayana Putri Nasution, SE., M.Si)

ANGGOTA I

(Rahmad Sembiring, SE., M.SP)

ANGGOTA II

(Dewi Mahrani Rangkuty, SE., M.Si)

ANGGOTA III

(Annisa Ilmi Faried, S.SOS., M.SP)

ANGGOTA IV

(Ade Novalina, SE., M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : EKA SUMIATI MALAU
NPM : 1715210076
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
JENJANG : SI (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS MINAT BERKUNJUNG KE
OBJEK WISATA DESA SIALLAGAN
BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI
KECAMATAN SIMANINDO
KABUPATEN SAMOSIR MASA
PANDEMI COVID-19

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. kripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.



Medan, 28 Oktober 2021

Eka Sumiati Malau

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : EKA SUMIATI MALAU
NPM : 1715210076
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
JENJANG : SI (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS MINAT BERKUNJUNG KE
OBJEK WISATA DESA SIALLAGAN
BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI
KECAMATAN SIMANINDO
KABUPATEN SAMOSIR MASA
PANDEMI COVID-19

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 28 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan



Eka Sumiati Malau



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI
 PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
 PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : EKA SUMIATI MALAU
 Tempat/Tgl. Lahir : Sosor Ganda / 16 Juni 1999
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715210076
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 Konsentrasi : Ekonomi Publik & SDA
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 124 SKS, IPK 3.19
 Nomor Hp : 081263337704
 Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Analisis Pengaruh Perkembangan Industri Pariwisata Berkearifan Lokal Untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Danau Toba Samosir Kabupaten Samosir

Catatan : Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

ANALISIS MIWAT BERKUALITAS OBJEK WISATA DESA SIALLAGAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI KELAMATAN SIMAMUNDU KABUPATEN SAMOSIR MASA PANDEMI COVID-19

*Coret Yang Tidak Perlu



Rektor,

(Signature)

Medan, 28 April 2021

Pemohon,

(Signature)
 (Eka Sumiati Malau)

Tanggal : Disahkan oleh Dekan <i>(Signature)</i> (Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM.)	Tanggal : 28/04/2021 Disetujui oleh : Dosen Pembimbing I : <i>(Signature)</i> (Rahmad Sembiring, SE., M.SP.)
Tanggal : Disetujui oleh: Ka. Prodi Ekonomi Pembangunan <i>(Signature)</i> (Bakhtiar Efeni, SE., M.Si.)	Tanggal : Disetujui oleh: Dosen Pembimbing II: 28/04/2021 <i>(Signature)</i> (Dewi Mahrani Rangkyu, SE., M.Si.)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Rabu, 28 April 2021 11:53:53



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : EKA SUMIATI MALAU
NPM : 1715210076
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tingkat Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Dewi Mahrani Rangkuty, SE., M.Si
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Perkembangan Industri Pariwisata Berkearifan Lokal Untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Danau Toba Samosir Kabupaten Samosir

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
15 April 2021	ACC Ujian Seminar Proposal 15/04/2021	Disetujui	
21 September 2021	revisian akhir sudah email per tgl 21/09/2021 dan Acc Ujian Sidang Meja Hijau	Disetujui	
09 November 2021	sudah revisi file Skripsi dan email kembali per tgl 09/11/2021; ACC Jilid Lux	Disetujui	

Medan, 15 November 2021
Dosen Pembimbing,



Dewi Mahrani Rangkuty, SE., M.Si



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : EKA SUMIATI MALAU
NPM : 1715210076
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Rahmad Sembiring, SE.,M.SP
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Perkembangan Industri Pariwisata Berkearifan Lokal Untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Danau Toba Samosir Kabupaten Samosir

Tanggal	Pembahasan Materi	Status Keterangan
7 April 2021	Revisi 1. Mengganti variabel Human Capital menjadi sosial Capital 2. Data jumlah hotel di kabupaten Samosir 3. Data diurutkan dari yang tertinggi 4. Bagian landasan teori, permintaan pariwisata digabungkan ke teori permintaan, pendapatan dan teori kesejahteraan digabungkan jadi teori kesejahteraan	Disetujui
22 September 2021	acc seminar meja hijau	Disetujui
2 November 2021	Perbaiki jumlah sampel, dan populasinya // acc jilid	Disetujui

Medan, 15 November 2021
Dosen Pembimbing,



Rahmad Sembiring, SE.,M.SP



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

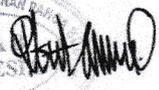
SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 519/PERP/BP/2021

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan saudara/i:

: EKA SUMIATI MALAU
: 1715210076
Semester : Akhir
: SOSIAL SAINS
Prodi : Ekonomi Pembangunan

nya terhitung sejak tanggal 27 Agustus 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 27 Agustus 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan


UPT. P. Rahmad Budi Utomo, ST.,M.Kom

Dokumen : FM-PERPUS-06-01
: 01
Efektif : 04 Juni 2015

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa saurat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------

Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 9/22/2024 3:35:56 PM

document: EKA SUMIATI MALAU 1716210076 EKONOMI PEMBANGUNAN.doc Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License03

Comparison Preset: Rewrite Detected language: Id

Check type: Internet Check

[Disclaimer: Inactive]

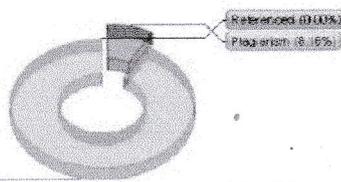
Disclaimer: this report must be correctly interpreted and analyzed by a qualified person who bears the evaluation responsibility

Any information provided in this report is not final and is a subject for manual review and analysis!



Detailed document body analysis:

Relation chart:



Judul : Permohonan Meja Hijau

Medan, 15 November 2021
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : EKA SUMIATI MALAU
 Tempat/Tgl. Lahir : Aeklan / 16 Juni 1999
 Nama Orang Tua : SAUT MARUBA MALAU
 N. P. M : 1715210076
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 No. HP : 081263337704
 Alamat : Jl. Karya Bakti seisikambang D

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Analisis Pengaruh Perkembangan In**
Pariwisata Berkearifan Lokal Untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Danau Toba Samosir Kabupaten Samosir, Selanjut
 saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkrip sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (buku) dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani oleh pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
Total Biaya	: Rp.	2,750,000

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Dijetujui oleh :

Hormat saya



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



EKA SUMIATI MALAU
 1715210076

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

ABSTRAK

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menganalisis dan menentukan sebuah hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yang selanjutnya akan digunakan untuk mengukur minat berkunjung dan kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk menganalisis sebuah hubungan antara objek wisata berbasis kearifan lokal, *social capital* (modal sosial), produk cendramata lokal, minat berkunjung dan kesejahteraan masyarakat. Metode yang digunakan oleh penulis dalam pengumpulan data adalah dengan data kuantitatif yang di dukung dengan metode SEM. Lokasi dari penelitian ini adalah Desa Siallagan dengan jumlah responden 200 orang. Data dikumpulkan dengan cara mengobservasi dan kemudian membagikan kuesioner kepada pengunjung yang ada di objek wisata Desa Siallagan dan kepada masyarakat di Desa Siallagan, untuk menganalisis data digunakan software AMOS 22. Berdasarkan hasil penelitian, variabel objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung dan kesejahteraan masyarakat. Kemudian variabel produk cendramata lokal berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung dan kesejahteraan masyarakat, sedangkan variabel *social capital* (modal sosial) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung dan kesejahteraan masyarakat. Dari hasil penelitian penulis menjelaskan bahwa terdapat empat variabel yang saling mempengaruhi yaitu objek wisata, produk cendramata lokal, minat berkunjung dan kesejahteraan masyarakat dan terdapat satu variabel yang tidak saling berpengaruh yaitu *Social Capital* (modal sosial). Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa objek wisata budaya di desa Siallagan merupakan salah satu objek wisata yang diminati oleh wisatawan yang berkunjung sehingga dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak terutama para aparat desa dan jajarannya sangat diperlukan, serta harus dibarengi dengan dukungan kepemimpinan untuk meningkatkan optimalisasi objek wisata budaya di Desa Siallagan.

Kata kunci : Cendramat lokal, Kearifan lokal, Kesejahteraan, Minat, *Social capital*, Wisata.

ABSTRACT

Writing this thesis aims to analyze and determine a the relationship between the variables studied using the method Structural Equation Modeling (SEM) analysis which will then be used to measure interest in visiting and the welfare of the community in Siallagan Village, Simanindo District, Samosir Regency. This study uses the Structural Equation Modeling (SEM) method to analyze a relationship between tourism objects based on local wisdom, social capital (social capital), local souvenir products, interest in visiting and community welfare. The method used by the author in collecting data is quantitative data which is supported by the SEM method. The location of this research is Siallagan Village with 200 respondents. Data were collected by observing and then distributing questionnaires to visitors at the Siallagan Village tourist attraction and to the community in Siallagan Village, to analyze the data using AMOS 22 software. public welfare. Then the variable of local souvenir products has a significant effect on the interest in visiting and the welfare of the community, while the variable social capital (social capital) does not significantly affect the interest in visiting and the welfare of the community. From the results of the research the author explains that there are four variables that influence each other, namely tourist objects, local souvenir products, interest in visiting and community welfare and there is one variable that does not influence each other, namely Social Capital (social capital). From the results of the research the authors conclude that the cultural tourism object in Siallagan village is one of the attractions of interest to visiting tourists so that support and cooperation from various parties, especially village officials and their staff is very necessary, and must be accompanied by leadership support to improve the optimization of the object. cultural tourism in Siallagan Village.

Keywords: *Interest, Local Souvenirs, Local Wisdom, Social Capital, Tour, Welfare.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "**Analisis Minat Berkunjung Ke Objek Wisata Desa Siallagan Berbasis Kearifan Lokal Di Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir Masa Pandemi Covid-19**" sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Tugas akhir ini ditulis berdasarkan data yang diperoleh selama melaksanakan riset di objek wisata yang berada di Desa Siallagan Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalam tugas akhir ini, baik dari segi teknis penulisan maupun tata cara penyajian bahasanya, oleh karena itu penulis dengan kerendahan hati akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak dalam upaya penyempurnaan tugas akhir ini

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang tua saya tercinta yang telah banyak memberikan dukungan dan doa, kasih sayang dan materi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Bapak H. Muhammad Isa Indrawan, SE.,MM selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi.

3. Ibu Dr. Onny Medaline S.H,M.Kn. selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Bapak Bakhtiar Efendi, SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
5. Bapak Rahmad Sembiring , SE., M.SP selaku Pembimbing 1 yang juga sudah banyak membantu memberikan masukan terhadap perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Dewi Mahrani Rangkuty, SE., M.Si selaku Pembimbing 2 yang juga sudah banyak membantu memberikan masukan terhadap perbaikan skripsi ini.
7. Kepada seluruh Dosen dari Prodi Ekonomi Pembangunan terimakasih tak terhingga atas segala ilmu yang sangat berarti bagi saya.
8. Abang saya Andri dan Rudi, Kakak saya Desi dan Nida yang saya sayangi yang selalu setia memberikan Motivasi dan dukungan serta Doanya kepada penulis.
9. Kepada seluruh teman-teman saya Ririn, Eva, Fransiska, Sabatini, Widya, Firdaus, Elvanta, Merti, Benny dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu atas perhatian dan dukungan semua pihak, penulis mengucapkan terimakasih, Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 28 Oktober 2021

Eka Sumiati Malau

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	26
1.3 Batasan Masalah	26
1.4 Rumusan Masalah	26
1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	27
1.6 Keaslian Penelitian	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	30
2.1 Landasan Teori.....	30
2.1.1 Teori Kesejahteraan	30
2.1.2 Minat Berkunjung.....	32
2.1.3 Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal	39
2.1.4 Desa	45
2.1.5 Teori Modal Sosial (<i>Social Capital</i>).....	55
2.1.6 Produk Cendramata Lokal	62
2.2 Penelitian Sebelumnya	66
2.3 Kerangka Berpikir	75
2.4 Kerangka Konseptual SEM	76
2.5 Hipotesis	77
BAB III METODE PENELITIAN	78
3.1 Pendekatan Penelitian.....	78
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	78
3.3 Jenis Penelitian.....	79
3.4 Populasi Dan Sampel.....	79
3.5 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	81
3.6 Teknik Pengumpulan Data	83
3.7 Metode Analisis Data	84
1. Asumsi dan Persyaratan Menggunakan SEM.....	86
2. Konsep dasar SEM.....	87
3. Prosedur SEM	92
4. Estimasi Model.....	94

5. Uji Kecocokan Model.....	95
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	100
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	100
4.1.1 Gambaran umum wilayah desa siallagan pindaraya	100
4.1.2 Sejarah Desa Siallagan Pindaraya	102
4.2 Hasil Penelitian	104
4.2.1 Statistik Deskriptif Dan Karakteristik Responden	104
4.2.2 Hasil Uji Validitas Dan Uji Realibitas.....	128
4.2.3 <i>Analisis Structural Equation Modelling (SEM)</i>	134
4.2.4 Hipotesis	162
4.3 Pembahasan	165
1. Pengaruh Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Kesejahteraan Masyarakat	165
2. Pengaruh Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Minat Berkunjung.....	168
3. Pengaruh <i>Social Capital</i> (Modal Sosial) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat	168
4. Pengaruh <i>Social Capital</i> (Modal Sosial) Terhadap Minat Berkunjung	169
5. Pengaruh Produk Cendramata Lokal Terhadap Kesejahteraan Masyaraka	170
6. Pengaruh Produk Cendramata Lokal Terhadap Minat Berkunjung ..	172
7. Pengaruh Minat Berkunjung Terhadap Kesejahteraan Masyarakat ..	173
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	176
5.1 Kesimpulan	176
5.2 Saran.....	177
DAFTAR PUSTAKA.....	179

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Di Dua Puluh Tujuh Negara DiDunia.....	4
Tabel 1.2 Total Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Negara-Negara ASEAN (2008-2018)	7
Tabel 1.3 Jumlah Tamu Asing Pada Hotel Bintang (Ribuan Orang)	10
Tabel 1.4 Banyaknya Objek Daya Tarik Wisata Komersial dan Jenis Wisata Di Provinsi Sumatera Utara,2018	12
Tabel 1.5 Tingkat Penghuni Kamar Hotel Dan Akomodasi Lainnya Menurut Kabuapten/kota(%)	14
Tabel 1.6 Jumlah Hotel dan Jumlah Kamar Berbintang dan Non Bintang	16
Tabel 1.7 Objek Wisata Di sembilan Kecamatan Di Kabupaten Samosir	17
Tabel 1.8 Jumlah Wisatawan di Desa Siallagan Tahun 2020	20
Tabel 1.9 Jumlah Wisatawan Kabupaten Samosir Pada Tahun 2011-2018.....	22
Tabel 1.10 Pendapatan Asli Daerah Kab. Samosir 2013-2019	24
Tabel 1.11 Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	62
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	78
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	82
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Desa Siallagan	101
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	104
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	105
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	105
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	106
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status responden	107
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Total Berkunjung	107
Tabel 4.8 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Sigale-Gale Sudah Menjadi Objek Wisata Berbasis Budaya.....	108
Tabel 4.9 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Sigale-Gale Memberikan Wawasan Mengenai Sejarah Budaya Batak Kepada Anda	109
Tabel 4.10 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Rumah Adat Batak Sudah Menjadi Objek Wisata Berbasis Budaya.....	109
Tabel 4.11 Tabulasi Jawaban Responden Bentuk Khas Dari Rumah Adat Batak Di Desa Siallagan Menarik Perhatian Anda.....	110
Tabel 4.12 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Batu Kursi Persidangan Sudah Menjadi Objek Wisata Berbasis Budaya.....	110
Tabel 4.13 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Anda Tertari Dengan Cerita Sejarah Asal Mula Objek Wisata Batu Kursi Persidangan....	111
Tabel 4.14 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Budaya Dan Hukum Adat Batak Di Desa Siallagan Masih Dilestarikan Sampai Saat Ini.....	111
Tabel 4.15 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Kata Horas Untuk Memberi Salam Dan Menyapa Dalam Budaya Batak Masih Dilestarikan.....	112
Tabel 4.16 Tabulasi Jawaban Responden Melakukan Gotong Royong Untuk Membantu Pengembangan Objek Wisata	112
Tabel 4.17 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Adanya Interaksi Saling	

	Menyapa Antar Pengunjung Dan Masyarakat	113
Tabel 4.18	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Budaya, Agama Dan Istiadat Di Desa Siallagan Masih Dilestarikan Dan Terjalin Dengan Baik ..	114
Tabel 4.19	Tabulasi Jawaban Responden Budaya Dan Adat Istiadat Suku Batak Menarik Bagi Anda	114
Tabel 4.20	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Ulos Masih Diminati Oleh Wisatawan	115
Tabel 4.21	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Ulos Masih Dilestarikan Dan Dibuat Oleh Masyarakat Lokal	115
Tabel 4.22	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Gorga Masih Diminati Oleh Wisatawan	116
Tabel 4.23	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Gorga Masih Dilestarikan Dan Dibuat Oleh Masyarakat Lokal	116
Tabel 4.24	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Miniatur Rumah Adat Batak Masih Diminati Oleh Wisatawan	117
Tabel 4.25	Tabulasi Jawaban Responden Miniatur Rumah Adat Batak Masih Dilestarikan Dan Dibuat Oleh Masyarakat Lokal	118
Tabel 4.26	Tabulasi Jawaban Responden Anda Selalu Menyapa Pengunjung Yang Berkunjung Dan Sebaliknya Pengunjung Menyapa Anda	119
Tabel 4.27	Tabulasi Jawaban Responden Anda Merasa Senang Bila Desa Anda Dikunjungi Pemandang Baik Dari Dalam Maupun Dari Luar	119
Tabel 4.28	Tabulasi Jawaban Responden Fasilitas Umum Yang Tersedia Di Objek Wisata Desa Siallagan Sudah Memadai	120
Tabel 4.29	Tabulasi Jawaban Responden Fasilitas Yang Tersedia Di Objek Wisata Desa Siallagan Layak Untuk Digunakan	120
Tabel 4.30	Tabulasi Jawaban Responden Pemandangan Alam Danau Toba Menarik Bagi Anda	121
Tabel 4.31	Tabulasi Jawaban Responden Panorama Wisata Alam Danau Toba Memberikan Kenyamanan Dan Ketenangan	121
Tabel 4.32	Tabulasi Jawaban Responden Harga Transportasi Ke Tempat Wisata Desa Siallagan Terjangkau	122
Tabel 4.33	Tabulasi Jawaban Responden Harga Tiket Masuk Ke Objek Wisata Desa Siallagan Terjangkau	122
Tabel 4.34	Tabulasi Jawaban Responden Objek Wisata Desa Siallagan Aman Dan Nyaman Dikunjungi	123
Tabel 4.35	Tabulasi Jawaban Responden Keamanan Dan Kenyamanan Di Desa Siallagan Terjamin	123
Tabel 4.36	Tabulasi Jawaban Responden Minat Berkunjung Kembali Ke Desa siallagan	124
Tabel 4.37	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pengeluaran Konsumsi Anda Selama Perhari ≥ 200	125
Tabel 4.38	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pengeluaran Konsumsi Anda Tergantung Pada Besar/Kecilnya Pendapatan Yang Anda Terima	125
Tabel 4.39	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pekerjaan Anda Saat Dapat Menentukan Tinggi Rendahnya Pendapatan Yang Diterima	126

Tabel 4.40	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pekerjaan Yang Anda Tekuni Saat Ini Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Hidup Anda	126
Tabel 4.41	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Ladang, Kebun, Rumah Yang Dimiliki Dapat Menjamin Kesejahteraan Hidup.....	127
Tabel 4.42	Tabulasi Jawaban Responden Apakah Mobil, Motor, Perhiasan Yang Ada Miliki Dapat Mengukur Tingkat Kesejahteraan Hidup. .	127
Tabel 4.43	Hasil Analisis Item Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal.....	129
Tabel 4.44	Hasil Analisis Item <i>Social Capital</i> (Modal Sosial)	129
Tabel 4.45	Hasil Analisis Item Produk Cendramata Lokal.....	130
Tabel 4.46	Hasil Analisis Item Minat berkunjung.....	130
Tabel 4.47	Hasil Analisis Item Kesejahteraan Masyarakat.....	131
Tabel 4.48	Hasil Analisis Item Objek Wisata Berbasis Kearifan Loka.....	132
Tabel 4.49	Hasil Analisis Item <i>Social Capital</i> (Modal Sosial)	132
Tabel 4.50	Hasil Analisis Item Produk Cendramata Lokal.....	133
Tabel 4.51	Hasil Analisis Item Minat Berkunjung	133
Tabel 4.52	Hasil Analisis Item Kesejahteraan Masyarakat.....	134
Tabel 4.53	Normalitas Data Nilai <i>critical ratio</i>	137
Tabel 4.54	Normalitas Data Nilai <i>Outlier</i>	138
Tabel 4.55	Hasil Pengujian Kelayakan Model Penelitian Untuk Analisis SEM.....	149
Tabel 4.56	Bobot <i>Critical Ratio</i>	154
Tabel 4.57	Hasil Estimasi C.R (<i>Critica Ratio</i>) dan P-Value.....	155
Tabel 4.58	<i>Standardized Direct Effects</i>	157
Tabel 4.59	<i>Standardized Indirect Effects</i>	159
Tabel 4.60	<i>Standardized Total Effects</i>	161
Tabel 4.61	Hasil estimasi C.R (<i>Critical Ratio</i>) dan P-Value.....	163

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Di Dua Puluh Tujuh Negara Di Dunia.....	5
Gambar 1.2 Total Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Negara-Negara ASEAN (2008-2018).....	7
Gambar 1.3 Jumlah Tamu Asing Pada Hotel Bintang (Ribuan Orang)	11
Gambar 1.4 Tingkat Penghuni Kamar Hotel Dan Akomodasi Lainnya Menurut Kabupaten/kota(%).	15
Gambar 1.5 Jumlah Wisatawan Kabupaten Samosir Pada Tahun 2011 - 2018 (Jiwa)	23
Gambar 1.6 Pendapatan Asli Daerah Kab. Samosir 2013-2019	24
Gambar 2.1 Objek Wisata Patung Sigale-Gale Di Desa Siallagan.....	41
Gambar 2.2 Rumah Tradisional Batak Toba Di Desa Siallagan	42
Gambar 2.3 Batu Kursi Parsidangan Di Desa Siallagan	43
Gambar 2.4 Batu Eksekusi Pemenggalan Kepala	44
Gambar 2.5 Kurva Permintaan Suatu Barang	63
Gambar 2.6 Kerangka Berpikir	75
Gambar 2.7 Kerangka Konseptual SEM.....	76
Gambar 4.1 Luas Wilayah Kabupaten Samosir	100
Gambar 4.2 Pintu Masuk Desa Siallagan.....	102
Gambar 4.3 CFA Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal	143
Gambar 4.4 CFA <i>Social Capital</i> (Modal Sosial).....	144
Gambar 4.5 CFA Produk Cendramata Lokal	145
Gambar 4.6 CFA Minat Berkunjung	146
Gambar 4.7 CFA Kesejahteraan Masyarakat	147
Gambar 4.8 Kerangka Output AMOS.....	148
Gambar 4.9 <i>Dirrect Effect</i> Produk Cendramata Lokal	158
Gambar 4.10 <i>Dirrect Effect Social Capital</i>	158
Gambar 4.11 <i>Dirrect Effect</i> Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal.....	159
Gambar 4.12 <i>Dirrect Effect</i> Kesejahteraan Masyarakat	159
Gambar 4.13 <i>Indirrect Effect</i> Produk Cendramata Lokal, <i>Social Capital</i> Da Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal	160
Gambar 4.14 <i>Indirrect Effect</i> Produk Cendramata Lokal, <i>Social Capital</i> Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal.....	162

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

- Lampiran 1. Angket/Kusioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data (Output SPSS 20)
- Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data (Output AMOS 22)
- Lampiran 5. Dokumentasi Foto

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam karena berada pada garis zambrot khatulistiwa dan merupakan negara kepulauan dengan jumlah pulau sebanyak 17.508 pulau serta luas daratan yang mencapai 1,68 juta km² (statistik Indonesia, 2004). Keindahan alam dan berbagai macam budaya dan sejarah yang tertinggal menjadikan Indonesia menjadi salah satu tujuan wisatawan untuk berkunjung dan berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal, dan menggali hal-hal unik atau pun sesuatu yang dirasa penting bagi wisatawan seperti peninggalan-peninggalan sejarah dan budaya yang masih turun temurun yang masih ingin diketahui wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Industri pariwisata semakin dikembangkan oleh banyak negara karena industri pariwisata merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (UU Nomor 5 Tahun 2017). Pariwisata memberikan banyak manfaat dalam pembangunan dan pemerintah menetapkan bahwa kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam lingkungan dan sumberdaya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa (UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata).

Menurut Purwanti dan Dewi, R. M. (2014), (I Gede Yoga Suastika, I Nyoman Mahaendra Yasa, 2017) pengaruh jumlah kunjungan wisatawan sangat berarti untuk pengembangan industri pariwisata dan pendapatan asli daerah sehingga wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara tertarik untuk berkunjung. Dimana Jumlah wisatawan adalah jumlah wisatawan yang berkunjung disuatu objek wisata yang dinilai berdasarkan darimana wisatawan itu berasal. Adanya dukungan alokasi dana dari pemerintah setiap tahunnya menjadikan sektor pariwisata mengembangkan tempat wisata agar banyak dikunjungi oleh wisatawan. Banyaknya wisatawan yang berkunjung menjadikan sektor pariwisata berpotensi meningkatkan pendapatan asli daerah, akibatnya jumlah kunjungan wisatawan memberikan kontribusi positif dalam pendapatan asli daerah.

David J. Greenwood dalam Rizal (2000), (Ardianti, Selly, 2017) mengungkapkan bahwa "adanya kunjungan wisata di suatu tempat menyebabkan adanya suatu interaksi sosial antara masyarakat disekitarnya dengan wisatawan, yang dapat mengakibatkan perubahan pola atau tata cara hidup masyarakat. Selain menimbulkan masalah aspek sosial, juga berpengaruh pada aspek ekonomi yaitu terbentuknya peluang atau kesempatan kerja yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Kemudian dengan adanya kegiatan pariwisata, dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Kunjungan wisatawan sangat penting artinya dalam perkembangan pariwisata, besar kecilnya kunjungan wisatawan sangat menentukan perkembangan daerah pariwisata itu sendiri dan juga berdampak pada tingkat

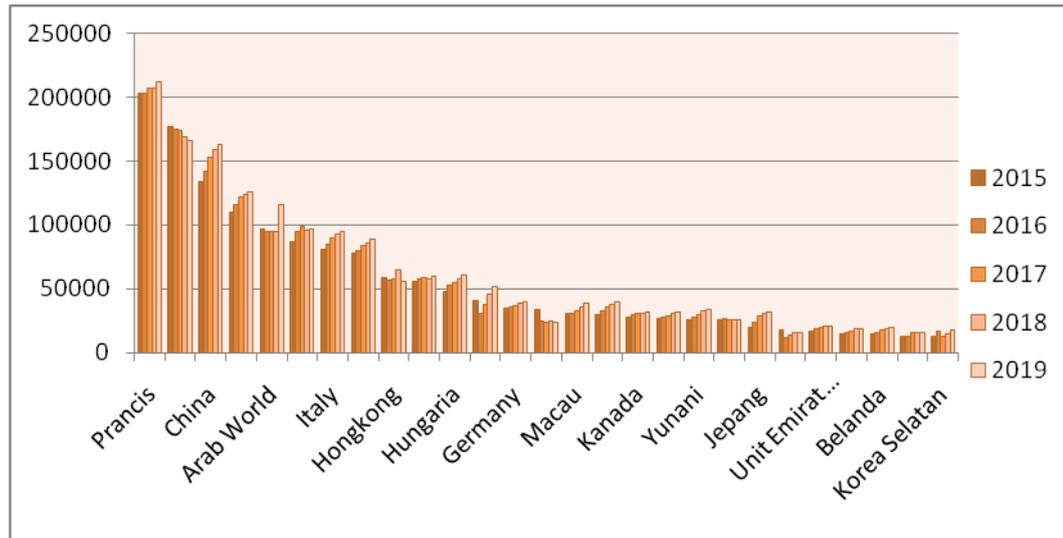
kesejahteraan masyarakat sekitar obyek wisata terkhusus pada peningkatan pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat sebagaimana pemikiran Rosyidi (2006:100-101), (Londa, Femy M. G. Tulusan dan Very Y., 2014) adalah arus uang yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa dan laba. Dengan perekonomian suatu daerah yang baik maka akan berdampak terhadap kesejahteraan masyarakatnya.

Kesejahteraan masyarakat pada suatu wilayah adalah merupakan suatu manifestasi yang diraih oleh masyarakat tersebut yang diperoleh dari berbagai upaya, termasuk upaya dan kegiatan aktifitas ekonomi masyarakat tersebut. Salah satu sektor yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat adalah industri pariwisata. Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir tahun 2009-2019, pariwisata dunia terus mengalami peningkatan. Wisatawan internasional (international tourist) meningkat dari 892 juta orang pada saat masa krisis tahun 2009 menjadi 1.461 juta orang pada tahun 2019, namun pada saat pandemi covid-19 pariwisata di seluruh dunia mengalami penurunan. Covid-19 adalah wabah global yang berdampak buruk pada dimensi manusia dan sosial. Setelah menyebar dari Cina, pandemi meluas dengan cepat ke 210 negara termasuk Indonesia. Pandemi Covid-19 adalah kejutan besar bagi ekonomi global termasuk Indonesia. Ekonomi mengalami penurunan setidaknya untuk paruh pertama tahun ini dan mungkin lebih lama jika tindakan penahanan wabah Covid-19 tidak efektif. Pandemi Covid-19 menyebabkan gangguan pada rantai pasok global, dalam negeri, volatilitas pasar keuangan, guncangan permintaan konsumen dan dampak negatif di sektor-sektor utama seperti perjalanan dan pariwisata. Dampak wabah Covid-19 tidak diragukan lagi akan terasa di seluruh rantai nilai pariwisata.

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan di Dua Puluh Tujuh Negara di Dunia

No	Negara	2015	2016	2017	2018	2019
1	Prancis	203.302 jt	203.042 jt	207.274 jt	207.274 jt	211.998 jt
2	USA	176.864 jt	175.261 jt	174.291 jt	169.324 jt	166.009 jt
3	China	133.820 jt	141.774 jt	153.260 jt	158.606 jt	162.538 jt
4	Spanyol	109.834 jt	115.561 jt	121.717 jt	124.456 jt	126.170jt
5	ArabWorld	96.757 jt	94.989 jt	94.989 jt	94.989 jt	116.080 jt
6	Mexico	87.129 jt	94.853 jt	99.349 jt	96.497 jt	97.406. jt
7	Italy	81.068 jt	84.925 jt	89.931 jt	93.228 jt	95.399 jt
8	Polandia	77.743 jt	80.476 jt	83.804 jt	85.946 jt	88.515 jt
9	Hongkong	59.308 jt	56.655 jt	58.472 jt	65.148 jt	55.913 jt
10	Kroasia	55.858 jt	57.587 jt	59.238 jt	57.668 jt	60.021 jt
11	Hungaria	48.345 jt	52.890 jt	54.962 jt	57.667 jt	61.397 jt
12	Turkey	41.114 jt	30.907 jt	37.970 jt	46.113 jt	51.747 jt
13	Germany	34.970 jt	35.555 jt	37.452 jt	38.881 jt	39.563 jt
14	Rusia	33.729 jt	24.571 jt	24.390 jt	24.551 jt	24.419 jt
15	Macau	30.715 jt	30.950 jt	32.611 jt	35.804 jt	39.406 jt
16	Thailand	29.923 jt	32.530 jt	35.592 jt	38.178 jt	39.916 jt
17	Kanada	27.555 jt	30.142 jt	31.081 jt	31.274 jt	32.430 jt
18	Austria	26.728 jt	28.121 jt	29.460 jt	30.816 jt	31.884 jt
19	Yunani	26.114 jt	28.071 jt	30.161 jt	33.072 jt	34.005 jt
20	Malaysia	25.721 jt	26.757 jt	25.948 jt	25.832 jt	26.101 jt
21	Jepang	19.737 jt	24.040 jt	28.691 jt	31.192 jt	31.882 jt
22	Indonesia	17.914 jt	11.519 jt	14.040 jt	15.810 jt	16.107 jt
23	Unit Emirat Arab	17.472 jt	18.967 jt	20.394 jt	21.286 jt	21.286 jt
24	Singapura	15.231 jt	16.403 jt	17.425 jt	18.508 jt	19.116 jt
25	Belanda	15.007 jt	15.828 jt	17.924 jt	18.780 jt	20.129 jt
26	India	13.284 jt	13.284 jt	15.543 jt	15.543 jt	15.543 jt
27	Korea Selatan	13.232 jt	17.242 jt	13.336 jt	15.347 jt	17.503 jt

Sumber : *World Bank*



Sumber: Tabel 1.1

Gambar 1. 1 Total Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Negara-Negara ASEAN (2008-2018)

Dari grafik 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan tertinggi tahun 2015 berada pada negara Francis dengan jumlah wisatawan 203.302 jt kemudian diikuti oleh Amerika, china dan Spanyol dengan masing-masing jumlah penduduk melampaui angka 100 jt wisatawan. Pada tahun 2015 Indonesia berada di urutan ke-22 dari 27 negara dengan jumlah wisatawan 17.914 jt wisatawan sedangkan negara dengan jumlah wisatawan paling rendah adalah negara Korea Selatan sebesar 13.232 jt. Kemudian pada tahun 2016 jumlah wisatawan tertinggi masih dipegang oleh negara Francis dengan jumlah wisatawan sebesar 203.042 jt dan diikuti oleh negara yang sama yaitu USA sebesar 175.261 jt, China sebesar 141.774 jt, Spanyol sebesar 115.561 jt, Arab sebesar 94.989 jt, Mexico sebesar 94.853 jt wisatawan, sedangkan 21 negara lainnya berada dibawah 90 jt wisatawan. Pada tahun 2016 Indonesia berada di urutan ke-27 dengan jumlah wisatawan sebesar 11.519 jt wisatawan. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan tertinggi masih tetap berada di negara yang sama yaitu Francis dengan jumlah

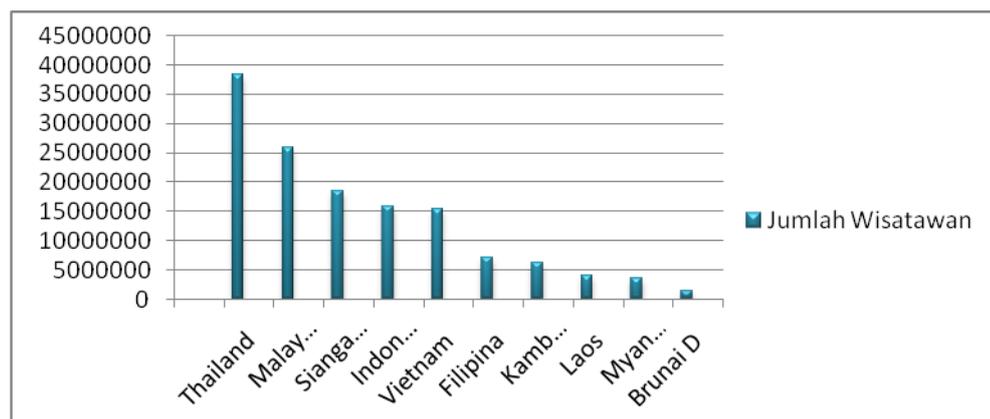
wisatawan sebesar 207.274 jt, kemudian disusul oleh negara USA sebesar 174.291 jt, China sebesar 153.260 jt, Spanyol sebesar 121.717 jt, Arab World sebesar 94.989 jt dan Mexico sebesar 99.349 jt wisatawan, sedangkan 21 negara lainnya masih tetap dibawah 90jt wisatawan. Pada tahun 2017 Indonesia berada di urutan ke-26 dan mengalami sedikit peningkatan dari tahun 2016 dengan jumlah wisatawan sebesar 14.040 jt wisatawan. Selanjutnya di dua tahun berikutnya yaitu pada tahun 2018 sampai tahun 2019 jumlah wisatawan tertinggi masih berada pada negara yang sama yaitu Prancis, USA, China, Spanyol, Mexico, Arab World, dan Italy dengan jumlah wisatawan diatas 90 jt wisatawan pada tahun 2018-2019. Indonesia pada tahun 2018 mengalami peningkatan dari tahun 2017 berada di urutan ke-25 dengan jumlah wisatawan sebesar 15.810 jt sedangkan di tahun 2019 Indonesia kembali berada di urutan ke-26 dengan jumlah wisatawan sebesar 16.107 jt wisatawan. Dari data diatas dapat kita lihat bahwasanya jumlah wisatawan di Indonesia selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Negara Prancis menjadi negara dengan jumlah wisatawan tertinggi pertama di dunia, dapat dilihat pada tabel 1.1, ini dikarenakan negara Prancis memiliki segalanya, mulai dari pantai berpasir hingga pegunungan yang tertutup salju dan hamparan luas pedesaan. Pada dasarnya Prancis menawarkan sesuatu untuk semua orang, Prancis cenderung memiliki cuaca yang sangat baik di musim panas. Salah satu desa wisata yang banyak dikunjungi dan diminati di Prancis adalah desa Mont Saint Michel. Disebut sebagai "Keajaiban Barat" Mont Saint Michel adalah desa abad pertengahan dan biara bergaya Gotik yang bertengger di sebuah pulau berbatu di dekat pantai Normandia. Dibangun antara abad ke-11 dan ke-16, merupakan tempat ziarah dan salah satu situs paling penting dari peradaban Abad

Pertengahan. Desa dan Biara telah melestarikan keasliannya dan teluk ini tetap utuh selama berabad-abad hingga terpilih sebagai situs Warisan Dunia UNESCO pada tahun 1979 karena kombinasi dari situs alami dan arsitektur. Tempat ini cukup sibuk di siang hari, karena ribuan wisatawan datang setiap hari untuk wisata sehari.

Tabel 1. 2 Total Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Negara-Negara ASEAN (2008-2018)

No	Negara	Jumlah Wisatawan
1	Thailand	38.300.000
2	Malaysia	25.800.000
3	Siangapura	18.500.000
4	Indonesia	15.808.199
5	Vietnam	15.400.000
6	Filipina	7.100.000
7	Kamboja	6.200.000
8	Laos	4.100.000
9	Myanmar	3.600.000
10	Brunai D	1.400.000

Sumber: *ASEAN Secretary, 2019*



Sumber: Tabel 1.2

Gambar 1. 2 Total Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Negara-Negara ASEAN (2008-2018)

Jumlah kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) ke negara-negara kawasan Asia Tenggara (ASEAN) sepanjang 2018 mencapai 136,2 juta kunjungan. Jumlah tersebut tumbuh 8,34% dari tahun sebelumnya. Di tengah perang dagang antara Amerika Serikat (AS) dengan Tiongkok, negara-negara ASEAN mencoba mendulang devisa dari para turis asing yang berkunjung ke destinasi wisata di negaranya masing-masing. Destinasi-destinasi wisata di Thailand masih menjadi pilihan para wisman yang berkunjung ke Asia Tenggara. Ini tercermin dari kedatangan wisman ke Negeri Gajah Putih pada 2018 mencapai 38,3 juta. Jumlah tersebut merupakan yang terbanyak dibandingkan sembilan negara lainnya atau setara dengan 28% dari total kunjungan wisman ke ASEAN. Sementara itu, Indonesia berada di urutan ke-4 setelah Singapura. Pada tahun ini, Pemerintah Indonesia menargetkan kedatangan wisman sebanyak 20 juta kunjungan dan target devisa sebesar Rp 260 triliun dari sektor pariwisata. Untuk itu, diperlukan promosi yang bersifat global serta kegiatan pariwisata yang terintegrasi antar destinasi wisata di tanah air. Selain itu diperlukan perbaikan infrastruktur untuk menuju destinasi-destinasi wisata di tanah air.

Sejak merebaknya virus corona pada tahun 2020, banyak perusahaan travel dan penerbangan yang mengalami kerugian akibat penghentian penerbangan yang tentunya hal ini juga akan memengaruhi sektor pariwisata Indonesia. Sejak adanya pemberlakuan tersebut, saat ini jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan. seperti di pariwisata Bali, Menurut pemerhati pariwisata, Herry Anglign, pariwisata Bali menjadi beresiko karena ketergantungannya kepada wisatawan China. Sampai ada dua perusahaan atraksi air di Bali yang ditutup

karena 100% tamunya adalah wisatawan China. Wisatawan non-China pun juga ikut berkurang karena banyak wisatawan negara lain yang mengurungkan niatnya berkunjung ke Bali karena kedekatan China dengan Indonesia. Jadi dapat disimpulkan, secara umum penurunan wisatawan di Bali mencapai 50% (voaindonesia.com, 12 Februari 2020). Sejak adanya pemberlakuan tersebut, saat ini jumlah kunjungan wisatawan China ke Bali mengalami penurunan. Pada tahun 2019, dari 6,3 juta wisatawan mancanegara, sebanyak 1.185.519 wisatawan atau 18,2% berasal dari China. Namun pada Januari sampai pertengahan Februari 2020 tercatat 22.000 wisatawan China batal ke Bali (tribunnews.com, 14 Februari 2020). Hal tersebut sangat memengaruhi perekonomian Provinsi Bali.

Pada jurnal yang berjudul Menggali Sumber PAD Melalui Pengembangan Industri Pariwisata dalam (Windriyaningrum, 2013), yang ditulis oleh Barudin yang menyatakan bahwa ketika jumlah kamar hotel yang tersedia memadai, maka jumlah wisatawan yang berkunjung meningkat dan semakin banyak pula permintaan terhadap kamar hotel. Peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan persinggahannya seperti untuk hotel, makan dan minum, cenderamata, angkutan dan sebagainya. Selain itu juga, mendorong peningkatan dan pertumbuhan di bidang pembangunan sektor lain seperti, dengan adanya Pengembangan pariwisata akan berpengaruh positif pada perluasan usaha dan kerja. Peluang usaha dan kerja tersebut lahir karena adanya permintaan wisatawan. Dengan demikian, kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat tersebut untuk menjadi pengusaha hotel, wisma, homestay, restoran, warung, angkutan dan lain-lainnya. Peluang usaha

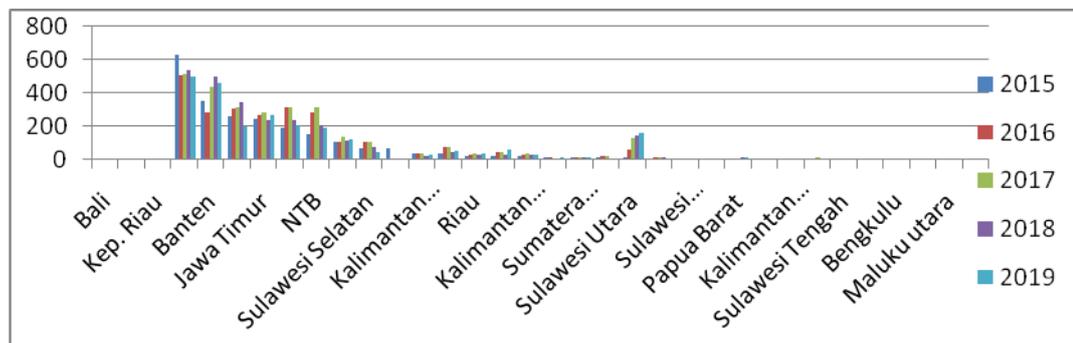
tersebut akan memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk bekerja dan sekaligus dapat menambah pendapatan untuk dapat menunjang kehidupan rumah tangganya. Peranan hotel dalam industri pariwisata memang sangat penting. Betapa tidak hotel sebagai sarana akomodasi umum sangat membantu para wisatawan yang berkunjung untuk berwisata dengan jasa penginapan yang disediakan oleh hotel. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan (main tourism superstructures) yang berarti hidup dan kehidupannya sangat bergantung pada jumlah wisatawan yang datang.

Tabel 1. 3 Jumlah Tamu Asing Pada Hotel Bintang (Ribu Orang)

No	Provinsi	2015	2016	2017	2018	2019
1	Bali	5 337,80	5 701,70	5 973,98	9 252,94	5 687,80
2	Dki Jakarta	1 873,80	1 862,32	1 879,44	2 266,08	1 529,76
3	Kep. Riau	1 329,00	1 294,27	1 631,31	2 497,80	1 595,59
4	Jawa Barat	629,30	507,08	516,94	536,60	502,72
5	Banten	351,20	287,72	437,11	496,89	464,21
6	SumateraUtara	263,10	311,48	314,78	346,94	201,88
7	Jawa Timur	249,90	269,88	287,27	238,70	267,97
8	Di Yogyakarta	190,10	313,12	317,93	237,59	211,50
9	Nusa Tenggara Barat	154,20	285,95	317,10	211,60	195,80
10	Jawa Tengah	104,90	107,17	140,70	112,21	122,15
11	Sulawesi Selatan	66,90	106,82	109,07	78,22	46,91
12	Maluku	66,90	6,17	6,45	10,68	7,57
13	Kalimantan Timur	39,20	38,33	37,62	23,41	30,66
14	Sumatera Barat	38,00	81,27	75,86	43,08	51,83
15	Riau	25,90	33,13	35,19	30,54	35,33
16	Nusa Tenggara Timur	25,00	48,27	49,79	34,78	58,59
17	Kalimantan Barat	24,90	31,36	35,56	33,33	33,00
18	Papua	17,90	12,87	10,89	11,16	12,58
19	Sumatera Selatan	13,20	12,42	14,27	16,96	14,05
20	Aceh	13,00	24,34	24,59	11,73	9,21
21	Sulawesi Utara	12,50	61,77	128,53	148,36	164,71
22	Kalimantan Selatan	11,60	13,04	13,10	12,10	9,41
23	Sulawesi	5,10	3,96	3,21	2,36	1,40

	Tenggara					
24	Jambi	4,90	4,05	7,89	5,66	6,02
25	Papua Barat	4,80	4,58	7,38	12,60	19,25
26	Lampung	4,60	11,27	9,00	3,25	3,01
27	Kalimantan Tengah	4,10	9,31	7,69	5,47	6,68
28	Kep. Bangka Belitung	3,30	10,35	13,17	8,18	9,68
29	Sulawesi Tengah	1,80	3,80	3,86	4,07	2,00
30	Kalimantan Utara	1,30	1,89	2,86	2,44	2,57
31	Bengkulu	0,60	1,42	1,07	0,70	0,56
32	Gorontalo	0,50	3,84	5,24	2,94	1,99
33	Maluku Utara	0,30	1,12	0,53	0,63	0,66
34	Sulawesi Barat	0,10	0,64	0,87	0,19	0,38
	Indonesia	10 869,70	11 466,72	12 414,94	16 700,19	11 307,43

Sumber: BPS Indonesia



Sumber: Tabel 1.3

Gambar 1. 3 Jumlah Tamu Asing Pada Hotel Bintang (Ribuan Orang)

Dari tabel diatas dapat kita lihat tingkat kunjungan wisatawan dari jumlah tamu asing pada hotel bintang di setiap provinsi di Indonesia dari tahun 2015 sampai 2019 yang menunjukkan bahwa provinsi Bali menjadi provinsi pertama tertinggi sepanjang tahun 2015 sampai tahun 2019 dengan jumlah tamu asing sebanyak 31.954,22 (Ribuan orang), sedangkan tertinggi kedua yaitu provinsi DKI Jakarta dengan total keseluruhan sebanyak 9.375,4 (ribuan orang) dan tertinggi ketiga yaitu provinsi Kep. Riau dengan total sebanyak 8.347,97 (ribuan orang), tertinggi ke empat yaitu Provinsi Jawa Barat dengan total sebanyak 2.692,64 (ribuan orang), tertinggi kelima yaitu provinsi Banten dengan total sebanyak

2.037,13(ribu orang), tertinggi ke enam yaitu Provinsi Sumatera Utara dengan total sebanyak 1.438,18 (ribu orang), tertinggi ke tujuh yaitu provinsi Jawa Timur dengan total sebanyak 1.313,72 (ribu orang), tertinggi ke delapan yaitu provinsi Di Yogyakarta dengan total keseluruhan sebanyak 1.270,24 (ribu orang) tertinggi ke sembilan yaitu provinsi NTB dengan total sebanyak 1.164,65 (ribu orang), dan untuk tertinggi kesepuluh yaitu provinsi Jawa Tengah dengan total keseluruhan sebanyak 587,13 (ribu orang), Sedangkan untuk jumlah tamu asing di provinsi lainnya berada dibawah angka 500 (ribu orang). Dari data diatas dapat kita lihat bahwa provinsi Sumatera Utara masuk dalam sepuluh besar jumlah tamu asing tertinggi di seluruh provinsi di Indonesia, namun dari data diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah tamu asing di setiap provinsi mengalami penurunan pada tahun 2019, ini disebabkan karena akhir tahun 2019 atau awal tahun 2020 menjadi awal pandemi Covid-19 di seluruh dunia termasuk Indonesia.

Tabel 1. 4 Banyaknya Objek Daya Tarik Wisata Komersial Dan Jenis Wisata Di Provinsi Sumatera Utara, 2018

Provinsi	Daya Tarik Wisata			Taman Hiburan Dan Rekreasi	Kawasan Pariwisata	Wisata Tirta	Jumlah
	Alam	Budaya	Buatan				
Sumatera Utara	48	12	14	33	2	58	167

Sumber: sumut.bps.go.id

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah atau objek daya tarik wisata memiliki jumlah tertinggi dari jenis wisata lainnya, dimana daya tarik wisata alam dengan jumlah 42, kemudian budaya 12, dan jenis daya tarik buatan 14 objek wisata, sedangkan jenis objek wisata yang paling sedikit yaitu kawasan pariwisata. Jenis objek wisata tirta atau wisata air juga memiliki banyak objek

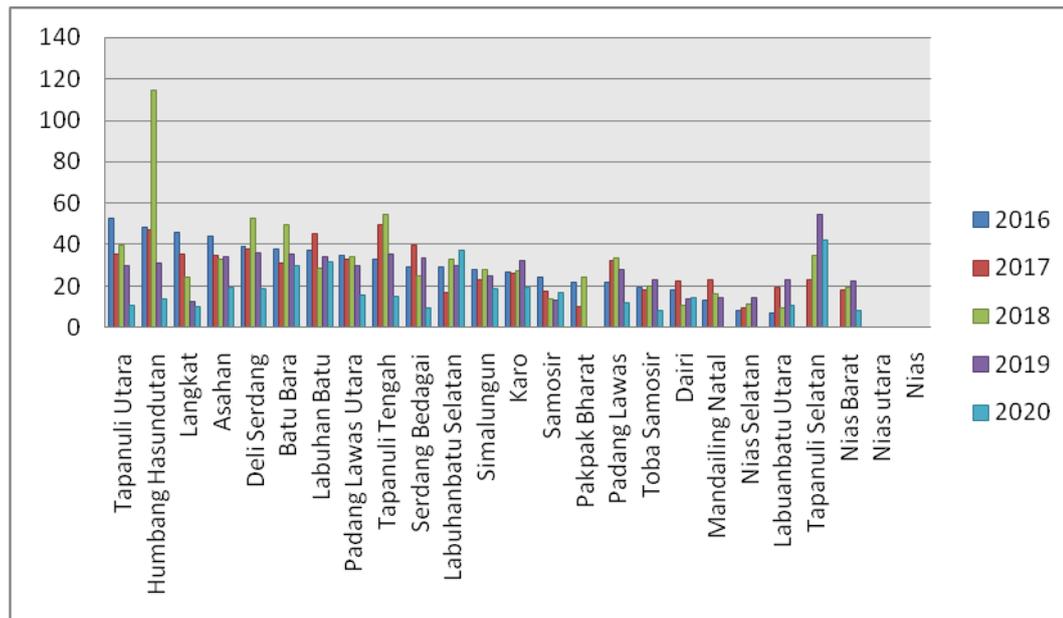
wisata dengan jumlah 58 objek wisata, kemudian jumlah taman hiburan dan rekreasi dengan jumlah objek wisata 33 objek, sehingga pada tahun 2018 jumlah atau banyaknya objek wisata dengan berbagai jenis wisata yang ada di Provinsi Sumatera Utara sebanyak 167 objek wisata dengan jenis yang berbeda-beda.

Fenomena COVID 19 yang melanda hampir di seluruh sektor pariwisata menyebabkan rontoknya ekonomi pariwisata, tidak terkecuali wisata samosir. Di Sumatera Utara terdapat sebuah pulau yaitu Pulau Samosir yang berada diketinggian antara 800-1800 meter dpl dan dikelilingi oleh Danau Toba yang luasnya 110.620 Ha. Danau Toba telah menjadi salah satu destinasi super prioritas Indonesia yang juga telah resmi masuk ke dalam UNESCO Global Geopark yang menjadikannya semakin dikenal di dunia sehingga harus terus dijaga dan dilestarikan. Visi dari Kabupaten Samosir adalah menjadi Kabupaten Pariwisata di tahun 2010, hal ini didukung oleh Kabupaten Samosir yang terkenal dengan Danau Toba dan Pulau Samosir yang indah telah menjadikan kabupaten ini sebagai World Heritage atau warisan dunia oleh UNESCO terutama karena kekayaan warisan budayanya.

Tabel 1. 5 Tingkat Penghunian Kamar Hotel Dan Akomodasi Lainnya Menurut Kabupaten/Kota (%)

No	Kabupaten/Kota	2016	2017	2018	2019	2020
	Kabupaten					
1	Tapanuli Utara	52,78	35,10	39,44	29,95	10,29
2	Humbang Hasundutan	48,45	46,80	114,89	30,70	13,86
3	Langkat	45,86	35,19	24,04	12,51	9,70
4	Asahan	43,76	34,78	32,93	34,25	19,28
5	Deli Serdang	39,14	37,89	52,78	35,92	18,31
6	Batu Bara	37,82	31,13	49,68	35,30	29,69
7	Labuhan Batu	37,26	45,14	28,50	33,79	31,79
8	Padang Lawas Utara	34,59	33,06	34,08	29,46	15,47
9	Tapanuli Tengah	32,77	49,37	54,52	35,15	15,04
10	Serdang Bedagai	28,98	39,82	24,87	33,18	9,11
11	Labuhanbatu Selatan	28,89	16,84	33,02	29,96	37,30
12	Simalungun	27,92	22,92	27,93	24,80	18,76
13	Karo	26,61	26,02	27,41	32,27	19,36
14	Samosir	24,41	17,22	13,70	13,22	16,46
15	Pakpak Bharat	21,92	10,14	23,91	-	-
16	Padang Lawas	21,50	32,12	33,67	28,10	11,81
17	Toba Samosir	19,32	17,86	20,11	23,19	8,31
19	Dairi	18,05	22,24	10,48	13,63	14,13
19	Mandailing Natal	13,12	23,05	16,38	14,05	
20	Nias Selatan	7,99	9,14	11,41	14,48	-
21	Labuanbatu Utara	6,54	18,93	9,52	22,72	10,29
22	Tapanuli Selatan	-	22,82	34,63	54,44	41,97
23	Nias Barat	-	18,12	19,02	22,40	8,24
24	Nias utara	-	-	-	-	-
25	Nias	-	-	-	-	-
	Kota					
26	Medan	69,14	67,85	68,26	57,11	39,69
27	Tanjung Balai	58,58	81,04	58,98	51,21	36,98
28	Padang Sidempuan	55,66	69,54	66,64	40,08	30,10
29	Pematang Siantar	54,94	34,62	33,73	35,43	32,57
30	Binjai	44,90	76,89	75,34	53,50	17,18
31	Tebing Tinggi	39,89	42,91	46,05	28,07	36,94
32	Sibolga	25,02	25,65	23,46	17,68	13,93
33	Gunungsitoli	11,92	14,16	13,61	22,39	18,75
	Sumatera Utara	48,78	45,47	44,21	41,00	34,51

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara



Sumber: Tabel 1.5

Gambar 1. 4 Tingkat Penghunian Kamar Hotel Dan Akomodasi Lainnya Menurut Kabupaten/Kota (%)

Dampak dari permasalahan COVID-19 ini terlihat pada tingkat hunian hotel dan akomodasi lainnya di kabupaten/kota di provinsi Sumatera Utara. Dilihat dari tabel di atas bahwa COVID-19 mengakibatkan penurunan tingkat hunian hotel dan akomodasi lainnya di setiap kabupaten/kota terutama pada tahun 2020 yang berdampak pada matinya aktivitas bisnis beberapa hotel di kabupaten/kota seperti kabupaten Pakpak Barat, Mandailing Natal, Nias, Nias Utara dan Nias Selatan. Keadaan ini disebabkan adanya ketakutan dan kewaspadaan wisatawan tertular COVID-19. Namun dari data di atas menunjukkan bahwa salah satu kabupaten yaitu kabupaten Samosir justru mengalami peningkatan tingkat hunian hotel dan akomodasi lainnya pada tahun 2020 sebesar 16,64% dan angka ini lebih tinggi dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2018 (13,70%) dan 2019 (13,22)%, dan ini menunjukkan bahwa dampak dari COVID-19 tidak terlalu berpengaruh terhadap tingkat hunian hotel dan akomodasi lainnya di kabupaten Samosir. Seperti yang

dicetuskan praktisi perhotelan di wilayah Samosir, Eddin Sihalo, SE (Prima Hotel Group), bahwa sepiunya hotel-hotel di kawasan Danau Toba selama masa pandemi justru dijadikan momen untuk mencari inovasi alternatif agar hotel-hotel tetap berfungsi dan beroperasi, misalnya melalui paket-paket wisata lokal dengan standar prokes tersendiri. Ada 30-an hotel yang kini beroperasi di kawasan wisata resort Samosir, sebagian besar memang tampak sepi selama masa pandemi tapi sebagian besar pula hotel-hotel itu masih terisi beberapa kamar karena belum ada hotel yang ditutup total walau banyak karyawan yang dirumahkan seperti yang terjadi di hotel-hotel kawasan bisnis di Medan atau kota lainnya," ujar Eddin.

Tabel 1. 6 Jumlah Hotel dan Jumlah Kamar Berbintang dan Non Bintang

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Hotel				Jumlah Kamar			
		Bintang		Non Bintang		Bintang		Non Bintang	
		2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
1	Toba	0	0	61	63	0	0	780	1.067
2	Samosir	4	4	97	104	251	251	1.821	1.904
3	Simalungun	10	11	60	81	721	845	826	1.125
4	Tapanuli Utara	2	2	23	24	68	72	554	605
5	Humbang Hasundutan	1	1	9	9	20	21	138	133
6	Karo	10	10	92	90	904	895	1.351	1.236
7	Dairi	0	0	22	21	0	0	558	539
8	Pakpak Bharat	0	0	3	3	0	0	34	48
	Jumlah	27	28	367	395	1.964	2.084	6.062	6.657

Sumber : program pembangunan pariwisata terintegrasi, dan berkelanjutan (P3TB),2020

Dari Tabel 1.6 menunjukkan bahwa jumlah hotel dan jumlah kamar berbintang dan non bintang yang paling tinggi adalah kabupaten Karo dengan jumlah 4.5888 hotel/kamar berbintang dan non bintang, sedangkan tertinggi selanjutnya adalah kabupaten Samosir dengan jumlah 4.436 hotel/kamar

berbintang/non bintang, selanjutnya kabupaten Simalungun dengan total sebesar 3.679, selanjutnya kabupaten Toba Samosir dengan total 1.908, selanjutnya kabupaten Tapanuli Utara dengan total 1.350, selanjutnya kabupaten Dairi dengan total 1.140, selanjutnya kabupaten Humbang Hasundutan dengan total 332 dan yang terakhir kabupaten Pakpak Barat dengan total 88 hotel/kamar berbintang/non bintang. Dari data diatas dapat dilihat bahwa kabupaten samosir memiliki jumlah hotel /kamar berbintang/non bintang tertinggi kedua setelah Toba Samosir, dari sini dapat kita simpulkan bahwa pergerakan atau jumlah wisatawan yang berkunjung ke kabupaten samosir mengalami peningkatan sehingga permintaan hotel/kamar juga mengalami peningkatan selama tahun 2018-2019, ini dikarenakan oleh beberapa faktor salah satunya, banyaknya objek wisata yang dapat dikunjungi di Samosir yang tersebar di sembilan kecamatan dan dengan jenis wisata yang berbeda-beda dan tentunya menarik untuk dikunjungi.

Tabel 1. 7 Objek Wisata Di sembilan Kecamatan Di Kabupaten Samosir

No	Lokasi Obyek Wisata	Obyek Wisata	Jenis Obyek Wisata
1	Kecamatan Pangururan	Terusan Tano Ponggol	Wisata Sejarah
		Pemandian Air Panas di Aek Rangat	Wisata Air/Rekreasi
		Monumen Perjuangan Liberty Malau	Wisata Sejarah
		Komunitas Tenun Ulos Batak Huta Raja Lumban Suhisuhi	Wisata Budaya
		Open Stage Pasar Pangururan	Wisata Budaya
		Pasanggarahan Panguruan	Wisata Sejarah
		Objek Wisata Boru Sinaetang	Wisata Budaya
		Pantai Pasir Putih Huta Bolon Parbaba	Wisata Air/Olahraga/Rekreasi
		Pantai Pasir Putih Situngkir	Wisata Air/Olahraga/Rekreasi
		Makam Tua Raja Sidabutar	Wisata Sejarah
		Kawasan Tuktuk Siadong	Wisata Alam
		Museum Tomok	Wisata Sejarah
		Tuktuk Siasu	Wisata Sejarah/ Budaya
		Museum Huta Bolon	Wisata Budaya
		Pulo Malau	Wisata Alam

2	Kecamatan Simanindo	Museum Gok Asi Simanindo	Wisata Budaya
		Areal Lomba Paralayang Siulak Hosa	Wisata Rekreasi
		Kawasan Arboretum Aek Natonang	Wisata Alam
		Gua Lontung	Wisata Gua
		Sipokki	Wisata Alam
		Tanjungan	Wisata Alam
		Raut Bosi	Wisata Alam
		Simanindo Parbaba	Wisata Sejarah
		Gua Alam Sangkal	Wisata Gua
		Pertunjukan Sigalegale	Wisata Sejarah
		Perumahan Batak	Wisata Budaya
		Batu Kursi Parsidangan Siallagan	Wisata Alam
		Bukit Beta Kite International	Wisata Alam
		Batu Marhosa	Wisata Alam
		Gedung Kesenian Tuktuk Siadong	Wisata Alam
		Situs Pagar Batu (Liang Marlangkup, Botean, Parit Debata, Losung Simarlage-lage Sitolu Mata/ Losung Marante	Wisata Sejarah Budaya
Open Stage Tuktuk Siadong	Wisata Budaya		
3	Kecamatan Sianjur Mula-Mula	Gunung Pusuk Buhit	Wisata Sejarah/Budaya
		Pemandian Aek Sipitu Dai	Wisata Air/Budaya
		Perkampungan Asli Huta Siraja Batak	Wisata Budaya
		Perkampungan Sigulatti	Wisata Budaya
		Aek Si Boru Pareme	Wisata Air/Budaya
		Batu Hobon	Wisata Alam/Budaya
		Batu Holbung	Wisata Alam/Budaya
		Pulau Tulas	Wisata Rekreasi
		Air terjun Hadabuan Nasogo	Wisata Alam dan Air
		Aek Boras	Wisata Air
		Batu Pargasipan	Wisata Budaya
		Batu Parhusipan	Wisata Budaya
		Batu Nanggar	Wisata Alam/Budaya
		Batu Sawan	Wisata Alam/Budaya
		Rumah Parsaktian Guru Tatea bulan	Wisata Budaya
4	Kecamatan Ronggur Nihuta	Aek Liang	Wisata Air
		Gua Sidamdandam	Wisata Gua
		Batu Simalliting	Wisata Alam
		Danau Sidihoni	Wisata Rekreasi
		Batu Hitam	Wisata Alam
		Jea ni Tano	Wisata Air/Alam
		Aek Sipale Onggang	Wisata Air
Kawasan Wisata Tirta Pea Porogan	Wisata Air		
		Menara Pandang Tele	Wisata Panorama
		Partuko Naginjang	Wisata Alam
		Janji Martahan	Wisata Alam

5	Kecamatan Harian	Air Terjun Sampuran Efrata	Wisata Alam
		Mata Air dan Pohon Pokki	Wisata Alam
		Gua Parmonangan	Wisata Gua
		Kampung Harimau Situmeang	Wisata Sejarah
		Ulu Darat	Wisata Alam
		Janji Matogu	Wisata Alam
		Hutan Flora Anggrek	Wisata Alam
		Rumah Adat	Wisata Budaya
		Hutan Limbong	Wisata Alam
		Rumah Adat Sagala	Wisata Budaya
6	Kecamatan Sitio-Tio	Mata Air/Mual Datu Parngongo	Wisata Air/Budaya
		Gua Datu Parngongo	Wisata Gua
		Permandian Boru Saroding di Sabulan	Wisata Air/Budaya
		Patung Si Raja Lontung	Wisata Sejarah/Budaya
7	Kecamatan Palipi	Goa Bunda Maria	Wisata Rohani
		Piso Somalim	Wisata Sejarah
		Batu Rantai	Wisata Alam
		Pemandian Air Panas Simbolon	Wisata Air
		Martua Limang	Wisata Sejarah
8	Kecamatan Nainggolan	Pantai Pasir Putih	Wisata Air/Rekreasi
		Batu Guru	Wisata Air/Rekreasi
		Rumah Parsaktian	Wisata Alam
		Hotel Gorat	Wisata Sejarah
		Atraksi Budaya dan Agama	Wisata Budaya
		Pananggangan	Wisata Sejarah
		Polhang	Wisata Alam
		Boru Simenak-menak	Wisata Alam
		Sidabasa	Wisata Sejarah
9	Kecamatan Onan Runggu	Kawasan Lagundi Sitamiang	Wisata Alam/Air/ Rekreasi
		Pantai Pasir Putih Sukkean	Wisata Air/Rekreasi
		Hariara Nabolon Sukkean	Wisata Alam
		Tambun Surlau	Wisata Sejarah
		Mual Si Raja sonang di Pakpahan	Wisata Budaya

Sumber : Dinas, Seni Dan Kebudayaan Samosir

Dari beragam objek wisata yang ada di Kabupaten Samosir Desa Siallagan menjadi salah satu objek wisata budaya dan sejarah yang telah dikelola oleh Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Samosir. Desa wisata ini memiliki “batu persidangan” berusia 500 tahun lebih yang menjadi salah satu desa wisata budaya. Walaupun Batu Persidangan telah terjaga selama ratusan tahun dan menjadi minat para wisatawan, sebagai salah satu situs sejarah yang termasuk kedalam geosite

pada Geopark Kaldera Toba, Batu Persidangan perlu dipertahankan keberlanjutannya. Wisatawan yang datang ke Huta Siallagan tidak hanya dapat melihat sejarah hukum peradapan Samosir, namun ketika memasuki huta Siallagan terdapat delapan rumah tradisional batak yang menyambut wisatawan. Huta Siallagan telah ada dari dulu dan sejarahnya tetap menjadi daya tarik dan minat wisatawan. Batu kursi di huta/kampung Siallagan ditempatkan pada dua lokasi sesuai dengan aturan dan fungsinya yang berbeda, untuk melestarikan sejarah yang ada di huta/kampung Siallagan maka daerah tersebut dijadikan objek wisata Batu Kursi Siallagan yang sampai saat ini ramai dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. Sejak dijadikannya Desa Siallagan sebagai objek wisata budaya, desa ini semakin dikenal banyak wisatawan dan pendapatan masyarakat sekitar Desa Siallagan mengalami peningkatan dimana masyarakat sekitar dapat membuka usaha-usaha kecil seperti toko baju, souvenir, warung-warung kecil dan usaha kecil lainnya.

Tabel 1.8 Jumlah Wisatawan di Desa Siallagan Pada Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Wisatawan
		2020
1	Januari	98
2	Februari	88
3	Maret	-
4	April	-
5	Mei	71
6	Juni	92
7	Juli	66
8	Agustus	69
9	September	98
10	Oktober	112
11	November	109
12	Desember	241
	Total	1.078

Sumber: Survei,2021

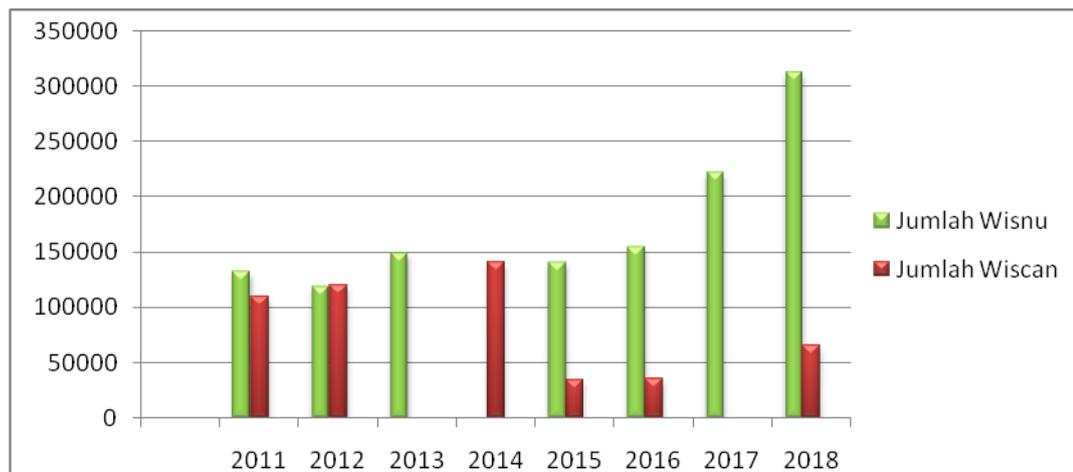
Namun sejak terjadinya pandemi covid 19 sesuai dengan observasi atau tinjauan dari Fase Berita.ID bahwa menurut pemaparan Pemilik objek wisata Huta Siallagan di Kecamatan Simanindo Gading Jansen Siallagan, menyampaikan bahwa Sebelum pandemi, pengunjung objek wisata sekaligus situs bersejarah suku Batak itu mencapai 3.000 orang pengunjung, namun sejak pandemi melanda, dalam seminggu hanya ada satu atau dua orang pengunjung saja. Kalau high season sampai 3.000 orang, hari biasa 2.000. Kalau sekarang, terkadang satu minggu bisa hanya satu orang saja yang datang. Apalagi waktu zaman awal Covid-19,” kata "Gading Jansen Siallagan". Turunnya jumlah wisatawan ini juga dipengaruhi oleh ditutupnya pintu masuk wisatawan asing. Kata Gading, kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut berasal dari luar negeri. “Orang Indonesia nggak terlalu interest dengan sejarah. Tapi orang luar negeri sangat interest,” imbuhnya. Akibat dampak pandemi, pelaku UMKM di Desa Siallagan bagai hidup segan mati tak mau alias mati suri. Kondisi dimaksud bahkan sudah terjadi sejak awal Covid-19. Amatan Sumut Pos, hanya sedikit saja kios UMKM yang mayoritas menjual souvenir tersebut terlihat membuka lapaknya. “Desa ini sedang mati suri akibat pandemi Covid-19. Sudah banyak pedagang yang tutup. Selain tidak ada pembeli, wisatawan baik mancanegara dan lokal juga sudah jarang datang, sehingga pelaku UMKM sangat terpuruk akibat zaman Covid-19,” kata warga sekitar, Lidia Siallagan. Sehingga berdasarkan observasi dan tinjauan yang bersumber dari Fase Berita. ID dan Sumut Pos, bahwa jumlah kunjungan objek wisata desa Siallagan mengalami penurunan yang sangat tinggi terutama selama pandemi covid-19 dan memberikan dampak buruk terhadap pendapatan para pedagang souvenir atau UMKM yang ada di desa

Siallagan. Dari pernyataan diatas sehingga peneliti ingin meneliti fenomena yang terjadi di objek wisata desa Siallagan sebagai salah satu objek wisata budaya di Kabupaten Samosir. Sebuah fenomena apakah Desa Siallagan tersebut bisa mewakili menjadi salah satu ikon wisata di Kab.Samosir, kemudian potensi yang dimiliki Desa Siallagan untuk dapat menarik minat wisatawan dan bagaimana kekuatan desa Siallagan dalam mengembangkan desa tersebut sebagai salah satu desa wisata di Kab.Samosir dan apakah masyarakat cukup mendukung untuk pengembangan desa wisata di Desa Siallagan, kemudian apakah tingkat kesejahteraan masyarakat meningkat semenjak dijadikannya desa Siallagan sebagai desa wisata, kemudian seberapa besar pengaruh covid-19 terhadap perkembangan objek wisata tersebut dan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat dari segi pendapatan perekonomian masyarakat pada masa pandemi covid-19, karena tinggi rendahnya pendapatan masyarakat masih tergantung dari jumlah pengunjung.

Tabel 1. 9 Jumlah Wisatawan Kabupaten Samosir Pada Tahun 2011 - 2018 (Jiwa)

Tahun	Jumlah Wisnu	Jumlah Wiscan	Total
2011	132.629,00	109.897,00	242.526,00
2012	119.530,01	119.530,00	239.060,01
2013	149.779,00	124. 117,00	273.896,00
2014	171. 80,00	140.637,00	311.17,00
2015	141.215,00	34.248,00	175.463,00
2016	154.905,00	35.823,00	190.728,00
2017	222.288,00	55. 771,00	278.059,00
2018	312.925,00	65.724,00	378.649,00
Jumlah	1.404.351,01	685.747,00	2.090.098,01

sumber data:samosirkab.bps.go.id



Sumber Tabel 1.8

Gambar 1. 5 Jumlah Wisatawan Kabupaten Samosir Pada Tahun 2011 - 2018 (Jiwa)

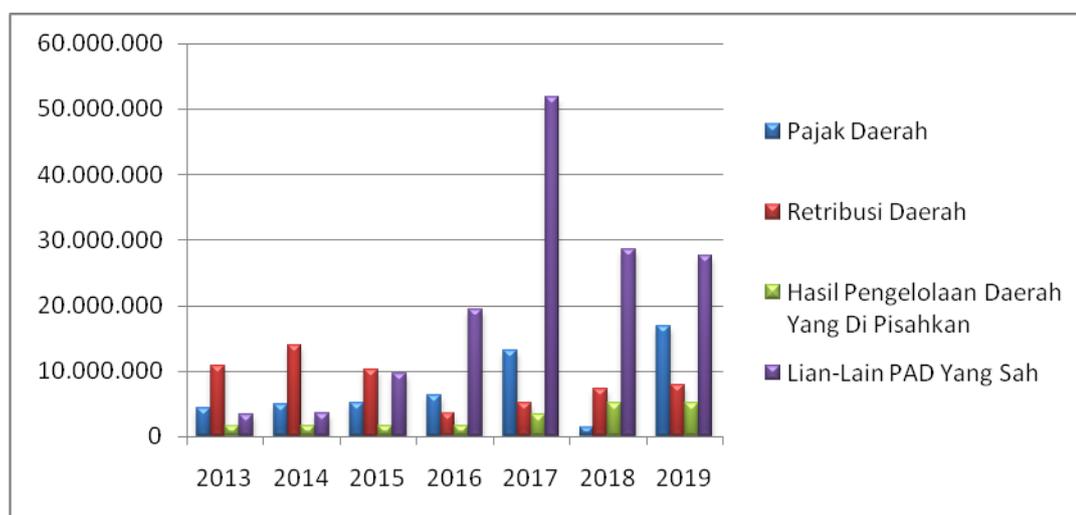
Pada Tabel di atas diketahui bahwa, jumlah wisatawan nusantara Kabupaten Samosir mengalami peningkatan dalam delapan tahun terakhir. Hal ini diketahui berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami kenaikan setiap tahun dimana jumlah wisatawan nusantara bertambah setiap tahun, adapun di tahun dimulai dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2018, jumlah wisatawan nusantara menjadi meningkat pesat, pertambahan jumlah wisatawan tertinggi berada pada tahun 2018, Sedangkan jumlah wisatawan mancanegara mengalami penurunan terutama pada tahun 2015 sebesar 34.248,00 (jiwa). Ini menunjukkan bahwa pada tahun 2011-2018 jumlah wisatawan Nusantara menjadi wisatawan yang paling sering berwisata ke Kabupaten Samosir dibandingkan wisatawan Mancanegara . Adapun pengaruh terhadap PAD pada jumlah pariwisata yang berkunjung ke Samosir menunjukkan peningkatan, berdasarkan data yang disajikan tersebut jumlah wisatawan memberikan sumbangan besar terhadap pendapatan Samosir melalui retribusi yang dikutip dari objek wisata, sumbangan ini kemudian diharapkan memicu timbulnya beberapa objek yang baru pada pariwisata kabupaten Samosir, kemudian jumlah pendapatan itu kemudian digunakan untuk

pembenahan di beberapa sektor dalam pengembangan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke Kabupaten Samosir. Dalam meningkatkan objek wisata yang akan di kunjungi oleh wisatawan domestic dan mancanegara di kabupaten Samosir, maka harus adanya pendapatan yang dimana dalam pendapatan ini akan membuat objek wisata yang ada akan semakin baik dan indah untuk di kunjungi oleh wisatawan. Adapun data PAD yang dimiliki oleh kabupaten samosir adalah:

Tabel 1. 10 Pendapatan Asli Daerah Kab. Samosir 2013-2019

Tahun	Pajak Daerah	Retribusi Daerah	Hasil Pengelolaan Daerah Yang di Pisahkan	Lain-lain PAD Yang Sah	Jumlah
2013	4.360.000	10.804.368	1.556.240	3.287.500	20.008.108
2014	4.810.000	13.813.379	1.650.000	3.500.000	23.773.379
2015	5.153.000	10.174.136	1.650.000	9.618.562	26.595.698
2016	6.334.000	3.433.650	1.650.000	19.368.379	30.786.029
2017	13.130.000	5.085.880	3.269.597	51.770.200	73.255.677
2018	1.361.742	7.179.075	5.000.000	28.493.241	54.289.358
2019	16.894.040	7.803.776	5.000.000	27.645.640	57.343.457

Sumber: samosirkab.bps.go.id



Sumber Tabel 1.9

Gambar 1. 6 Pendapatan Asli Daerah Kab. Samosir 2013-2019

Pada Tabel 1.9 diketahui bahwa Pajak daerah, hasil pengelolaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah mengalami peningkatan disetiap tahunnya,

sedangkan retribusi daerah untuk tahun awal dari tahun 2011-2015 mengalami peningkatan diatas 10 juta setiap tahunnya, namun ditahun berikutnya pada tahun 2016-2018 mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun-tahun sebelumnya (dibawah 5 juta). Tetapi jika dilihat dari total keseluruhan PAD di kabupaten samosir meningkat di tujuh tahun terakhir. Adapun peningkatan PAD tersebut bisa kita lihat dalam tabel, dimana pada tahun 2014 Peningkatan PAD kabupaten samosir meningkat dari tahun sebelumnya yaitu dari tahun 2013 yang berkisar Rp.20.008.108, pada tahun 2016 Pendapatan kabupaten samosir juga meningkat pesat sebesar Rp.30.786.029. Kemudian pada tahun 2017 PAD Kabupaten samosir meningkat sangat besar dengan jumlah PAD sebesar Rp.73.255.677, tetapi pada tahun 2018 sampai 2019 PAD Kabupaten Samosir mengalami penurunan yaitu pada tahun 2018 sebesar Rp.54.289.358 dan tahun 2019 sebesar Rp.57.343.457. Pada peningkatan PAD di kabupaten samosir tidak terlepas dari dukung peningkatan pariwisata/objek wisata dan jumlah kunjungan wisata yang ada di kabupaten samosir. Peningkatan tersebut membuat pemerintahan kabupaten samosir semakin optimis dalam membenahan objek wisata di kabupaten Samosir. Potensi dari daerah wisata ini kemudian yang akan menstimulasi daerah dalam meningkatkan keunggulan daerah agar semakin kuat pula. Kemampuan daerah ini dapat diukur dari Pendapatan Asli Daerahnya atau yang kemudian disingkat menjadi PAD. Apabila PAD dapat dioptimalkan dan dikelola secara profesional dengan menemukan keunggulan budaya dan potensi asli daerah serta kemauan yang kuat dari seluruh stakeholder, maka akan dapat menumbuhkan daya saing daerah yang kompetitif serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan tingkat tamu asing pada hotel berbintang di Provinsi Sumatera Utara selama lima tahun terakhir terutama pada tahun 2018 - 2019
2. Terjadinya penurunan tingkat penghunian kamar hotel dan akomodasi lainnya di setiap kabupaten/kota selama masa pandemi Covid-19
3. Terjadinya penurunan jumlah wisatawan mancanegara di Kabupaten Samosir
4. Terjadinya penurunan pendapatan masyarakat dilihat dari tingkat PAD Kabupaten Samosir dari sektor jumlah retribusi daerah

1.3 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini mencakup objek wisata di Desa Siallagan, minat berkunjung, kesejahteraan masyarakat, objek wisata berbasis kearifan lokal, *Social Capital*, dan produk cendramata lokal. Masalah yang dibatasi termasuk variabel , lokasi dan waktu penelitian.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di objek wisata desa Siallagan?
2. Apakah objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Siallagan?
3. Apakah *Social Capital* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di desa Siallagan?

4. Apakah *Social Capital* berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan?
5. Apakah produk cendramata lokal berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di desa Siallagan?
6. Apakah produk cendramata lokal berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan?
7. Apakah minat berkunjung berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan ?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap minat berkunjung di desa Siallagan.
2. Menganalisis pengaruh objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan.
3. Menganalisis pengaruh *Social Capital* terhadap minat berkunjung di desa siallagan.
4. Menganalisis pengaruh *Social Capital* terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan.
5. Menganalisis pengaruh produk cendramata lokal terhadap minat berkunjung di desa Siallagan.
6. Menganalisis pengaruh produk cendramata lokal terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan.
7. Menganalisis pengaruh minat berkunjung terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan.

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, merupakan bahan melatih, menulis dan berpikir secara ilmiah dengan menerapkan teori dan literature yang ada. Terutama pada bidang minat berkunjung wisatawan di Desa Siallagan, kesejahteraan masyarakat, objek wisata berbasis kearifan lokal, *social capital* dan produk cendramata lokal
2. Bagi masyarakat, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan di Desa Siallagan Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir.
3. Bagi Universitas Pembangunan Panca Budi, sebagai tambahan lineatur perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi di bidang penelitian, khususnya mengenai Analisis Tingkat Kunjungan Objek Wisata di Desa Siallagan Berbasis Kearifan Lokal Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir Terhadap Pendapatan Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakatnya Pasca Pra Covid-19
4. Sebagai referensi bagi para akademis atau peneliti lain yang tertarik untuk mengadakan penelitian dibidang permasalahan yang sama pada masa yang akan datang.
5. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam mengembangkan dan meningkatkan desa samosir khususnya objek wisata di desa Siallagan
6. Sebagai bahan masukan kepada Pemerintah Daerah terkhususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir dalam pengembangan objek

wisata di Desa Siallagan agar dapat berkembang dengan baik, tetap dijaga dan dilestarikan budayanya.

1.6 Keaslian Penelitian

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan sebelumnya yang dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.11 Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya

Perbandingan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Variabel	1. Variabel dependen yaitu : 1) Minat berkunjung ulang 2) Kepuasan pengunjung 2. Variabel independen yaitu : 1) Daya tarik wisata 2) Kualitas pelayanan	1. Variabel dependen yaitu 1) Minat Berkunjung 2) Kesejahteraan masyarakat 2. Variabel independen yaitu 1) Objek wisata berbasis kearifan lokal 2) Social Capital 3) Produk Cendramata Lokal
Judul Penelitian	Analisi Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu)	Analisis Minat Berkunjung Ke Objek Wisata Desa Siallagan Berbasis Kearifan Lokal Di Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir Masa Pandemi Covid-19
Nama Penulis	Sopyan	Eka Sumiati Malau
Waktu penelitian	Tahun 2015	Tahun 2021
Jumlah sampel	385 orang	200 orang
Lokasi penelitian	Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu	Desa Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir
Metode analisis	Analisis Regresi Linier Berganda	SEM

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Kesejahteraan

1. Teori Pareto

Dalam teori ekonomi mikro ada yang dikenal dengan teori Pareto yang menjelaskan tentang tiga jenis tingkatan kesejahteraan, yaitu pertama pareto optimal. Dalam tingkatan pareto optimal terjadinya peningkatan kesejahteraan seseorang atau kelompok pasti akan mengurangi kesejahteraan orang atau kelompok lain. Kedua, pareto non optimal. Dalam kondisi pareto non-optimal terjadinya kesejahteraan seseorang tidak akan mengurangi kesejahteraan orang lain. Ketiga, pareto superior. Dalam kondisi pareto superior terjadinya peningkatan kesejahteraan seseorang tidak akan mengurangi kesejahteraan tertinggi dari orang lain. Menurut teori pareto tersebut, ketika kondisi kesejahteraan masyarakat sudah mencapai pada kondisi pareto optimal maka tidak ada lagi kebijakan pemerintah yang dapat dilakukan.

Terdapat berbagai perkembangan pengukuran tingkat kesejahteraan dari sisi fisik, seperti *Human Development Index* (Indeks Pembangunan Manusia), *Physical Quality Life Index* (Indeks Mutu Hidup), *Basic Needs* (Kebutuhan Dasar), dan GNP/Kapita (Pendapatan Perkapita). Ukuran kesejahteraan ekonomi ini pun bisa dilihat dari dua sisi, yaitu konsumsi dan produksi (skala usaha). Dari sisi konsumsi maka kesejahteraan bisa diukur dengan cara menghitung seberapa besar pengeluaran yang dilakukan seseorang atau sebuah keluarga untuk kebutuhan sandang, pangan, papan, serta kebutuhan lainnya dalam waktu atau periode tertentu. Teori kesejahteraan secara umum dapat diklasifikasi menjadi tiga macam, yaitu *classical utilitarian*, *neoclassical welfare theory* dan *new contractarian approach* (Albert, Hahnel dalam Darussalam, 2005).

Para ahli ekonomi umumnya melakukan pengukuran tingkat kesejahteraan dengan melihat variasi ekonomi, yaitu tingkat pendapatan (Supartono, dkk, 2011). Tingkat pendapatan mencerminkan pertumbuhan ekonomi yang harus dicapai dalam suatu perekonomian yang baik, yaitu perekonomian yang mampu memberikan kesejahteraan bagi seluruh penduduk di negara atau daerah (Todaro, 2004). Rosni (2012) bahwa kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dengan kemampuan masyarakat untuk mengakses pendidikan yang merupakan layanan pemerintah.

2. Teori *Trickle Down Effect*

Teori *trickle down effect* merupakan salah satu topik penting dalam pembangunan ekonomi, terutama di negara-negara yang sedang berkembang (Laksani, 2010). Teori ini pertama kali digagas oleh Albert Otto Hirschman pada 1954. Teori *trickle down effect* menjelaskan bahwa kemajuan yang diperoleh oleh sekelompok masyarakat akan sendirinya menetes ke bawah sehingga menciptakan lapangan kerja dan berbagai peluang ekonomi yang pada gilirannya akan menumbuhkan berbagai kondisi demi terciptanya distribusi pertumbuhan ekonomi yang merata. *Trickle Down Effect* merupakan salah satu pendekatan dalam strategi tidak langsung pembangunan ekonomi untuk pemeratakan kesejahteraan yang menekankan pada munculnya pertumbuhan ekonomi. Dikatakan tidak langsung karena proses pemerataan kesejahteraan dilakukan melalui peningkatan pertumbuhan ekonomi pada sektor utama dan kemudian sektor utama tersebut akan menyebarkan hasil pertumbuhan ekonomi tersebut ke sektor lainnya. Dengan adanya proses penyebaran tersebut diharapkan akan membawa perbaikan kesejahteraan masyarakat.

2.1.2 Minat Berkunjung

1. Teori Philip Kotler Et Al

Philip Kotler et al (2006) dalam *Marketing for Hospitality and Tourism* mengasumsikan bahwa minat pembelian pada konsumen dapat disamakan dengan minat berkunjung pada wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat pada perilaku yang sama. Belum ada teori terkait mengenai minat serta keputusan berkunjung, akan tetapi sesuai dengan teori Kotler et al., bahwa minat berkunjung disetarakan dengan minat pembelian yang diukur oleh indikator yang sama. Konsumen atau Wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan seperti halnya sebelum melakukan pembelian. Dalam proses untuk memilih, terdapat satu aspek dimana calon konsumen atau wisatawan dapat menentukan seperti apa tujuan dari pilihan yang ada dibenak konsumen atau wisatawan tersebut. Dorongan yang kuat dan memotivasi untuk memilih sebagai suatu tindakan inilah yang kemudian disebut dengan minat. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait minat berkunjung adalah, ketertarikan, prefensi, pencarian informasi, biaya, aksesibilitas, fasilitas yang sesuai dan memadahi, keamanan, harga, pelayanan, fasilitas dan sebagainya.

Kunjungan wisatawan ke Samosir Sumatera Utara memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat melalui permintaan atas barang dan jasa domestik yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Pendapatan devisa yang dihasilkan dari pengeluaran para wisatawan merupakan pendapatan penting bagi masyarakat dalam menjalankan usaha kecil atau toko mereka. Semakin besar jumlah wisatawan, maka harapan dari pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh pengeluaran para wisatawan di berbagai destinasi objek wisata di Desa Siallagan dapat menjadi salah satu penopang yang kuat bagi perkembangan kesejahteraan masyarakat di Desa Siallagan. Ditinjau dari segi ekonomi, kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah yang bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan yang

berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Hubungan Jumlah Wisatawan Dengan Penerimaan Daerah Dari Industri Pariwisata Menurut Yoeti (2008) kedatangan wisatawan mancanegara atau nusantara merupakan sumber penerimaan bagi daerah atau negara, baik dalam bentuk devisa atau penerimaan pajak dan retribusi lainnya, disamping dapat meningkatkan kesempatan kerja. Menurut Cohen (2009) dalam Pitana dan Diarta (2012) suatu destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan dapat dipandang sebagai konsumen sementara. Jika wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut sangat banyak, maka pengeluaran uang untuk membeli berbagai keperluan selama liburannya akan berdampak pada kehidupan ekonomi daerah tersebut, baik langsung maupun tidak langsung. Dampak tersebut antara lain, yaitu dampak terhadap penerimaan devisa negara, dampak terhadap pendapatan masyarakat, dampak terhadap kesempatan kerja, dampak terhadap harga-harga, dampak terhadap distribusi manfaat/keuntungan, dampak terhadap kepemilikan dan control, dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dan dampak terhadap pendapatan pemerintah.

Secara teoritis, semakin banyak jumlah wisatawan dan semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah tujuan wisata, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tujuan wisata tersebut, paling sedikit untuk keperluan makan, minum dan penginapan selama tinggal di daerah tersebut. Berbagai macam kebutuhan wisatawan selama perjalanan wisatanya akan menimbulkan gejala konsumtif untuk produk-produk yang ada di daerah tujuan wisata. Dengan adanya kegiatan konsumtif baik dari wisatawan mancanegara maupun domestik, maka akan memperbesar pendapatan yang diterima oleh pemilik usaha di industri pariwisata dari pembayaran atas pelayanan yang diterima oleh wisatawan yang nantinya akan

meningkatkan jumlah penerimaan pajak dan retribusi bagi pemerintah daerah tujuan wisata setempat yang notabene merupakan komponen dari PAD industri pariwisata.

2. Permintaan Pariwisata

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya bagi wisatawan. Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata diperlukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang daerah tujuan wisata, hotel tempat untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa (Yoeti, 2008). Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu. Menurut Archer (1976), Johnson and Ashworth (1990) and Sheldon (1990) (dalam Sinclair dan Stabler, 1997), fungsi permintaan dari pariwisata pada suatu periode waktu tertentu adalah:

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV) \dots \dots \dots (2.1)$$

Keterangan:

D_{ij} = permintaan pariwisata dengan daerah asal i untuk daerah tujuan

j Y_i = pendapatan asli dari daerah

i $P_{ij/k}$ = harga relatif antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

$E_{ij/k}$ = nilai tukar antara daerah i dan daerah tujuan j dengan daerah tujuan k

$T_{ij/k}$ = biaya transportasi antara daerah dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

DV = variabel dummy untuk memperhitungkan hal-hal yang bersifat seperti acara olahraga atau gejolak politik.

Berbeda dengan permintaan terhadap barang dan jasa pada umumnya, permintaan industri pariwisata memiliki karakter sendiri, beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata :

1. Sangat dipengaruhi oleh musim
2. Terpusat pada tempat-tempat tertentu
3. Tergantung pada besar kecilnya pendapatan
4. Bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah
5. Tergantung tersedianya waktu senggang
6. Tergantung teknologi transportasi
7. *Size of family* (jumlah orang dalam keluarga)
8. Aksesibilitas

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata antara lain sebagai berikut :

1. *General Demand Factors* Secara umum permintaan terhadap barang dan jasa industri pariwisata tergantung pada hal-hal sebagai berikut:
 - a) *Purchasing power*: Kekuatan untuk membeli banyak ditentukan oleh *disposable income* yang erat kaitannya dengan tingkat hidup (*standard of living*) dan intensitas perjalanan (*travel intensity*) yang dilakukan. Semakin besar pendapatan yang bebas digunakan akan semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan.
 - b) *Demographic structure and trends*: Besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata.

- c) *Sosial and cultural factors*: Industrialisasi tidak hanya menghasilkan struktur pendapatan masyarakat relatif tinggi, juga meningkatkan pemerataan pendapatan dalam masyarakat sehingga memungkinkan memiliki kesempatan melakukan perjalanan wisata untuk menghilangkan kejenuhan bekerja, menghilangkan stres, sehingga melakukan rekreasi sudah merupakan keharusan.
- d) *Travel motivations and attitudes*: Motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungan dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya. Makin eratnya hubungan kekeluargaan masyarakat dan sering melakukan saling berkunjung membuat perjalanan akan sering dilakukan dan tentunya akan meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.
- e) *Opportunities to travel and tourism marketing intensity*: Adanya insentif untuk melakukan perjalanan wisata akan meningkatkan perjalanan wisata ke seluruh dunia seperti meeting, incentive, *convention and exhibition (MICE)*.
- f) *Factors Determining Specific Demand* Faktor-faktor yang akan mempengaruhi permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:
2. Harga: Pada kebanyakan industri jasa harga biasanya menjadi masalah kedua karena yang terpenting adalah kualitas yang harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan waktu yang diinginkan.
 3. Daya tarik wisata: Keputusan untuk melakukan perjalanan lebih banyak menyangkut pemilihan daerah tujuan wisata. Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah yang akan dikunjungi.
 4. Kemudahan berkunjung: Aksesibilitas ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan, wisatawan menginginkan

tersedianya macam-macam transportasi yang dapat digunakan dengan harga yang bervariasi. Karena biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan.

5. Informasi dan layanan: kunjungan Wisatawan biasanya memerlukan *pre-travel service* di daerah tujuan wisata yang mereka kunjungi dan tersedia *tourist information service* yang dapat menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang digunakan, waktu perjalanan dan keperluan yang dibutuhkan.
6. Citra: Wisatawan memiliki kesan dan impian tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Citra dari daerah tujuan wisata akan mempengaruhi permintaan wisata daerah tersebut.

Dampak pariwisata terhadap kondisi ekonomi dikategorikan dalam 8 kategori seperti berikut :

- 1) Dampak terhadap penerimaan devisa
- 2) Dampak terhadap pendapatan masyarakat
- 3) Dampak terhadap kesempatan kerja
- 4) Dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan
- 5) Dampak terhadap kepemilikan dan kontrol (ekonomi) masyarakat.
- 6) Dampak terhadap pembangunan pada umumnya
- 7) Dampak terhadap pendapatan pemerintah

3. Teori Maslow

Menurut teori Maslow mengatakan bahwa manusia adalah makhluk yang memiliki berbagai jenis kebutuhan hidup, mulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan cinta, rasa aman, dan kebutuhan aktualisasi diri yang semuanya itu ingin dipenuhi oleh manusia. Salah satu kebutuhan yang menjadi perhatian dalam pemenuhannya yaitu kebutuhan akan hiburan, atau

yang lebih tepatnya disebut kebutuhan untuk berwisata. Dengan berbagai macam kesibukan serta pola hidup yang kompleks. Maka diperlukanlah sedikit waktu untuk berwisata. Saat ini paling tidak ada 15 teori atas kebutuhan dasar seseorang yang sebagian besarnya berbasis pada teori psikoanalisis dan humanistik. Namun, teori mengenai kebutuhan dasar (motivasi) yang paling populer adalah teori yang disampaikan oleh Maslow pada tahun 1943 dalam tulisannya "*A theory of human motivation*". Teori tersebut membedakan adanya lima tingkatan kebutuhan dasar pada diri manusia. Atas dasar teori Maslow tersebut, Pearce kemudian membuat sebuah model yang disebutnya sebagai *travel career ladder*. Pearce menyusun kebutuhan berwisata ke dalam lima tahapan yang disusunnya, yaitu kebutuhan akan relaksasi, stimulasi, persahabatan, penghargaan, serta pengembangan, dan kepuasan. Pandangan Pearce ini menunjukkan bahwa ada sebuah proses terhadap kebutuhan yang diperlukan oleh seseorang menuju pada puncak tangga kepuasan diri. Dalam berwisata, awalnya seseorang akan memerlukan kegiatan yang bersifat hiburan yang kemudian pada tahap akhir seseorang akan memerlukan kebutuhan akan sebuah pengakuan. Mengacu pada teori hierarki kebutuhan Maslow dalam MCc. Intons (1972) mengelompokkan motivasi-motivasi dasar yang mendorong wisatawan melakukan perjalanan dapat dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu *Physical motivator* (motivasi yang bersifat fisik), *Cultural motivator* (motivasi-motivasi kebudayaan), *Interpersonal motivator* (motivasi yang bersifat pribadi), dan *Status and prestige motivator* (motivasi karena status atau prestise).

Cuellar, antara lain menyebutkan bahwa waktu luang (*leisure*), termasuk yang digunakan untuk berwisata, adalah kebutuhan primer yang melekat pada semua diri manusia (secara individu dan komunitas) yang dapat memperkuat ketahanan dan mampu menyegarkan jiwa kembali. Dengan demikian, konsep berwisata harus ada pada setiap jenjang kebutuhan dasar manusia dengan berbagai variasinya. Untuk memenuhi kebutuhan seseorang akan kepuasan diri, maka seseorang dapat saja melakukan perjalanan wisata religius tanpa harus

secara berjenjang melakukan wisata relaksasi terlebih dahulu. Pemikiran bahwa berwisata merupakan kebutuhan primer manusia ini yang antara lain mendasari diterbitkannya deklarasi *World Leisure* yang berisi tentang pentingnya perhatian pada persoalan kesehatan dan pendidikan. Di sini diperlukan pula penekanan pada pentingnya kewajiban pemerintah untuk menjamin pemberian fasilitas terbaik bagi kegiatan di waktu luang dan rekreasi bagi warganya, pentingnya memberikan kesempatan lebih luas untuk mengembangkan hubungan antar manusia, pentingnya integrasi sosial, pentingnya pengembangan komunitas serta identitas budaya, dan pentingnya persahabatan internasional.

2.1.3 Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut SK. MENPARPOSTEL No : KM. 98/PW.102/MPPT-87, Obyek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Obyek wisata sendiri bisa berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa objek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kearifan mempunyai arti kebijaksanaan atau kecendekiaan (Depdiknas 2003). Oleh karena menyangkut kebijaksanaan atau kecendekiaan yang nota bene adalah pengetahuan yang bersifat lokal maka kearifan lokal seringkali juga disebut *local knowledge* yakni gagasan-gagasan, nilai-nilai maupun pandangan- pandangan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, dan adat kebiasaan yang menuntun perilaku yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakat. Wahyu (2015), menyimpulkan bahwa berdasarkan berbagai definisi, maka kearifan lokal meliputi tradisi-tradisi dan praktik-praktik yang berlangsung lama dan berkembang di wilayah tertentu, asli

berasal dari tempat tersebut atau masyarakat-masyarakat lokal yang terwujud dalam kebijaksanaan, pengetahuan, dan pembelajaran masyarakat, dan diwariskan secara turun temurun. Penulis mendefinisikan objek wisata berbasis kearifan lokal adalah sebuah objek wisata yang menawarkan keaslian budaya objek wisata tersebut dan menjadi penarik dari objek wisata tersebut. Salah satu bentuk kearifan lokal adalah berupa tradisi budaya yang mempertahankan keseimbangan hidup dengan lingkungan alam. Keseimbangan itu tercermin dari berbagai bentuk pengetahuan, adat istiadat, upacara tradisional dan kepercayaan yang berhubungan alam dan daur hidup manusia yang berlangsung turun temurun salah satunya objek wisata di Desa Siallagan, Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir yang terdapat berbagai peninggalan-peninggalan bersejarah seperti batu kursi persidangan, batu pemenggalan kepala, patung sigale-gale atau bangunan-bangunan tradisional/kuno seperti tembok pembatas atau pintu masuk desa Siallagan dan rumah adat batak yang membuat desa tersebut dikenal sebagai desa wisata atau objek wisata budaya dan sejarah.

1. Sigale-Gale

Konon pada zama dahulu, Ada seorang Raja (Nama Raja Rahat) yang terkenal di Samosir dan memiliki Anak satu-satunya yang menjadi kesayangan Raja yang bernama Raja manggale. terjadi penyerangan di kawasan perbatasan daerah kekuasaan mereka, sehingga Raja tersebut mengutus anaknya Raja Manggale memimpin sebagai Panglima perang pada saat itu. Namun apa yang terjadi ditengah pertempuran, Raja Manggale gugur dan tidak kembali pulang ke rumah sang Raja Rahat. Mendengar kabar tersebut, Sang Raja sangat sedih hingga jatuh sakit. Hingga pada suatu waktu datang seorang Sibaso (Datu Perempuan) mengatakan bahwa sang Raja jatuh sakit karena rindu kepada Anaknya. Kemudian Sibaso menyarankan kepada datu untuk membuat patung yang mirip dengan anak Raja Rahat tadi yaitu Manggale. Banyak ritual yang terjadi dalam pembuatan Patung

ini, hingga pada suatu saat patung ini dijadikan menjadi media pemanggilan roh anak Raja Rahat dan dinamakan Patung Sigale-gale.



Sumber : [www://pariwisatasumut.net](http://pariwisatasumut.net)
Gambar 2. 1 Objek Wisata Patung Sigale-Gale Di Desa Siallagan

Tari Sigale-gale merupakan tarian sebuah patung kayu yang digerakkan oleh manusia dengan diiringi alunan musik khas Batak. Daya tarik wisata yang sering menjadi buah bibir wisatawan yaitu pertunjukan tari Sigale-gale. Patung tersebut terbuat dari kayu dan digerakkan oleh seseorang dari belakangnya dengan menarik tali pengikat, tari Sigale-gale pada umumnya dilakukan untuk upacara pemakaman (terutama pemakaman kaum pria) dan menjadi suatu pertunjukan wisata khas Batak (Suriadi,2015). Memperkenalkan tari Sigale-gale berarti menyebar luaskan nilai-nilai yang ada dalam tarian tersebut. Nilai-nilai kebaikan yang menginspirasi membentuk karya seni yang indah dan unik, membuat seseorang atau sekelompok orang ingin mengunjungi dan menyaksikan karya tersebut sehingga terciptalah suatu destinasi wisata dalam bentuk pertunjukan (Hariyanto, 2017).

2. Rumah Tradisional Batak Toba

Di Desa Siallagan masih terdapat rumah tradisional Batak Toba, yakni rumah untuk Raja Siallagan dan rumah masyarakat desa yang tinggal di Desa Siallagan tersebut. Rumah adat batak di desa Siallagan menjadi salah satu objek daya tarik di desa Siallagan, pada bagian rumah tradisional atau rumah adat Batak Toba yang kaya akan ornamen-ornamen khas

yang disebut *gorga*. Untuk sebuah ornamen *gorga* memiliki artinya tersendiri bagi kehidupan si pemilik rumah.



Sumber: [www://pariwisatasumut.net](http://www.pariwisatasumut.net)

Gambar 2. 2 Rumah Tradisional Batak Toba di Desa Siallagan

Rumah tradisional atau rumah adat tersebut diperkirakan berjumlah 3 tingkat, yakni bagian bawah sebagai tempat binatang peliharaan dan pada rumah Raja Siallagan bagian ini difungsikan sebagai penjara. Dengan alasan bahwa orang yang melakukan tindak kejahatan dianggap sama drajatnya dengan binatang peliharaan. Pada bagian tengah adalah tempat tinggal sehari-hari, baik itu kamar, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk bagian atas adalah tempat penyimpanan barang-barang. Pada bagian atap rumah, jika diperhatikan dengan seksama, maka akan kelihatan perbedaan tinggi atap depan dan atap belakang pada rumah adat Batak Toba. Yakni, atap depan lebih rendah daripada atap belakang. Filosofinya adalah, bahwa bagi masyarakat Batak Toba, anak itu kelak harus lebih tinggi derajatnya atau lebih hebat daripada orang tuanya.

3. Batu Kursi Persidangan

Batu Kursi Persidangan yang ada di tengah-tengah halaman Desa Siallagan ini merupakan beberapa kursi yang mengelilingi sebuah meja batu yang terbuat dari bebatuan yang dihasilkan dari letusan vulkanik Gunung Toba. Dari Batu Persidangan ini kemudian menjadi sangat menarik untuk dilakukan penelitian lanjutan dalam bidang Antropologi Hukum, dalam menggalih bukti-bukti sejarah mengenai pengetahuan hukum pada masyarakat

Batak Toba dan menjadi objek daya tarik utama di desa Siallagan yang banyak dikunjungi oleh wisatawan.



Sumber: [www://pariwisatasumut.net](http://pariwisatasumut.net)

Gambar 2. 3 Batu Kursi Parsidangan Di Desa Siallagan

Batu Kursi Parsidangan menurut cerita yang dituturkan, bahwa dahulunya kursi batu tersebut adalah tempat untuk melakukan persidangan atau musyawarah, atau dalam konteks ini disebut parsidangan. Seluruh masyarakat Desa Siallagan dahulunya yang telah melakukan tindakan yang melanggar ketentuan hukum adat masyarakat Batak, kemudian disidangkan untuk menentukan hukuman apa yang akan diberikan kepadanya. Dahulunya, setiap orang yang melakukan kejahatan di Desa Siallagan akan ditangkap dan kemudian ditahan ke dalam penjara yang berada di bawah rumah Raja. Pada saat melakukan suatu persidangan terhadap terdakwa yang melakukan tindak kejahatan, persidangan tersebut akan melibatkan lembaga adat masyarakat desa Siallagan, yang terdiri dari: Raja Siallagan (selaku pengambil keputusan/hukuman), *natua-tuanihuta* (orang yang dituakan di desa tersebut) sebanyak lima orang, yakni dua dari pihak terdakwa, dua dari pihak korban, dan satu dari pihak kerajaan lalu menghadirkan Raja yang lainnya, *datu* (orang pintar), lalu seorang *algojo* (pemenggal) kepala serta tukang pancung), serta si terdakwa. Keputusan hukuman yang diambil dalam persidangan ditentukan menurut kesalahan apa yang telah dilakukan si terdakwa. Untuk itu diperlukan di dalam persidangan seorang *datu* (orang pintar) yang bertugas untuk melihat atau menerawang apakah terdakwa tersebut berkata jujur terhadap kejahatan yang dilakukannya

atau tidak. Biasanya untuk hukuman-hukuman yang ringan, seperti mencuri, maka hukumannya adalah denda hingga beberapa kali lipat. Sedangkan untuk hukuman yang besar yang di nilai tidak dapat lagi di tolerir, maka hukumannya adalah hukuman pancung dan pemenggalan kepala. Bapak Ambarita yang mengatakan bahwa: “Batu Parsidangan ini juga adalah bukti mati bahwasanya masyarakat Batak Toba telah lama mengenal adanya persidangan. Sehingga pada zaman sekarang ini banyak orang-orang Batak yang menjadi pengacara atau jadi orang hukum itu, ya karena dari sinilah awalnya.” Dari Batu Persidangan ini kemudian menjadi sangat menarik untuk dilakukan penelitian lanjutan dalam bidang Antropologi Hukum, dalam menggali bukti-bukti sejarah mengenai pengetahuan hukum pada masyarakat Batak Toba.

4. Batu Pemenggalan Kepala

Batu Pemenggalan Kepala ini adalah suatu batu berbentuk persegi panjang yang terbuat dari batuan vulkanik hasil letusan Gunung Toba. Batu ini terletak tidak jauh dari lokasi Kursi Batu Persidangan, yakni berkisar 10 meter jauhnya. Di batu inilah nantinya terdakwa atau orang yang dianggap sebagai musuh kerajaan atau penghina kerajaan serta mata-mata kerajaan akan mendapatkan hukuman mati.



Sumber: www://Pariwisatasumut.net

Gambar 2. 4 Batu Eksekusi Pemenggalan Kepala

Ekseskusi hukuman mati ini dilakukan oleh seorang *algojo* yang bertugas memenggal kepala si terdakwa dengan menggunakan pedang. Biasanya dengan sekali potong saja, maka

kepala si terdakwa bisa langsung lepas. Setelah dipenggalnya kepala sang terdakwa, maka kemudian sang *algojo* akan membelah dada si terdakwa untuk kemudian diambil bagian dalam tubuhnya, yakni jantung, hati, dan bagian lainnya untuk dibagi-bagikan kepada masyarakat desa untuk dimakan bersama. Memakan mayat si terdakwa dilakukan karena anggapan bahwa dia adalah musuh dan penghianat kerajaan, sehingga tidak masalah untuk dimakan organ dalam tubuh. Setelah itu, kemudian mayat terdakwa tersebut akan dibuang jauh-jauh ke dalam hutan. Hal tersebut dimaksudkan agar arwah si terdakwa tidak masuk ke dalam desa itu lagi, dan tidak mengganggu masyarakat desa.

2.1.4 Desa

a. Pembangunan Desa

Pembangunan desa guna mensejahterakan masyarakat seperti yang dijelaskan dalam UU No 6 Tahun 2014 tentang Desa yaitu pada pasal 78 ayat 1 pembangunan desa bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, pengembang potensi ekonomi local, serta pemanfaatan sumberdaya alam dan lingkungan secara berkelanjutan. Dalam pelaksanaannya masyarakat juga harus melibatkan diri dalam pembangunan desa. Pembangunan merupakan suatu proses multidimensial yang meliputi perubahan-perubahan struktur sosial, sikap masyarakat, lembaga-lembaga nasional, sekaligus peningkatan pertumbuhan ekonomi, pengurangan kesenjangan dan pemberantasan kemiskinan. Ketimpangan dalam pembangunan ekonomi menurut Todaro dalam Notonegoro 2016, pada realitanya tidak dapat dihilangkan. Ketimpangan pendapatan adalah suatu kondisi di mana distribusi pendapatan yang diterima masyarakat tidak merata atau dengan kata lain mencerminkan bahwa pembagian hasil pembangunan tidak merata dirasakan oleh masyarakat, (Fadli, 2013). Dengan adanya ketimpangan, akan mendorong kepada daerah atau kelompok yang terbelakang untuk meningkatkan kualitas hidupnya agar tidak jauh tertinggal

dengan daerah atau kelompok sekitarnya, sehingga ketimpangan dalam hal ini memberikan dampak positif. Namun semakin tingginya ketimpangan dalam pembangunan akan menimbulkan dampak negatif berupa inefisiensi ekonomi, melemahnya stabilitas sosial dan solidaritas, serta pada umumnya ketimpangan yang tinggi akan menimbulkan kecemburuan antar daerah dan dipandang tidak adil, (Notonegoro, 2016). Definisi di atas memberikan beberapa implikasi bahwa:

- 1) Pembangunan bukan hanya diarahkan untuk peningkatan income, tetapi juga pemerataan.
- 2) Pembangunan juga harus memperhatikan aspek kemanusiaan, seperti peningkatan:
 - a) *Life sustenance* : Kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar.
 - b) *SelfEsteem* : Kemampuan untuk menjadi orang yang utuh yang memiliki harga diri, bernilai, dan tidak “diisap” orang lain.
 - c) *Freedom From Survitude* : Kemampuan untuk melakukan berbagai pilihan dalam hidup, yang tentunya tidak merugikan orang lain.

Beberapa kualitas pembangunan ditunjukkan oleh Michael Todaro dalam Bryant dan White (1987:1), bahwa pembangunan adalah proses multidimensi yang mencakup perubahan-perubahan penting dalam struktur sosial, sikap-sikap rakyat dan lembaga-lembaga nasional dan juga akselerasi pertumbuhan ekonomi, pengurangan kesenjangan (*inequality*) dan pemberantasan kemiskinan absolut. Todaro menjelaskan bahwa pembangunan mengandung tiga nilai utama:

1. Menunjang Kelangsungan Hidup; kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar. Semua orang mempunyai kebutuhankebutuhan dasar tertentu untuk memungkinkan kehidupan. Kebutuhan-kebutuhan penunjang kelangsungan hidup ini meliputi pangan, papan, kesehatan dan rasa aman.

2. Harga Diri; kemampuan untuk menjadi seorang manusia, suatu pribadi. Komponen universal kedua dari suatu kehidupan yang baik ialah harga diri, perasaan layak dan menghormati diri sendiri, tidak menjadi alat orang-orang lain demi tujuan orang lain itu semata-mata.
3. Kemerdekaan dari Penjajahan dan Perbudakan; kemampuan untuk memilih. Nilai universal ketiga yang harus merupakan bagian dari makna pembangunan ialah konsep kebebasan. Kebebasan di sini hendaknya tidak dipahami dalam makna politik atau ideologi, melainkan dalam pengertian yang lebih mendasar mengenai kebebasan atau emansipasi dari perampasan kondisi materil kehidupan, dari penjajahan sosial atas manusia oleh alam, kebodohan, orang-orang lain, penderitaan, lembaga-lembaga dan keyakinan-keyakinan dogmatik.

Berkaitan dengan pembangunan perdesaan tersebut, pendapat Van der Ploeg (2000), menyebutkan: "Sebuah model pembangunan perdesaan yang baru harus diikuti oleh perubahan paradigma. Bahwa ada kebutuhan akan sebuah paradigma pembangunan pedesaan yang baru yang dapat menjelaskan bagaimana menciptakan sumberdaya-sumberdaya pokok baru, bagaimana sumberdaya yang dulu diubah menjadi bernilai, dan bagaimana mengkombinasikannya dengan sumberdaya-sumberdaya lainnya yang ditujukan untuk kebutuhan, perspektif, dan keinginan baru". Bila dilihat dari tingkat perkembangan desa merupakan keadaan dalam menyelenggarakan kehidupan dan mengelola sumberdaya alam yang ada. Faktor-faktor yang menentukan tingkat perkembangan desa ditentukan oleh faktor ekonomi, sosial, kultural dan lain-lain.

b. Konsep Pembangunan Pedesaan

Bank dunia dalam sebuah publikasi resminya *World Development Report* (Todaro, Smith, 2006), mengatakan bahwa tantangan utama dalam pembangunan adalah bagaimana memperbaiki kualitas kehidupan. Meskipun syarat untuk mencapai kehidupan yang lebih

baik diukur dari tingkat pendapatan yang lebih tinggi, namun hal itu hanya merupakan salah satu syarat dari sekian banyak syarat yang ada, antara lain: pendidikan yang lebih baik; peningkatan standar kesehatan dan nutrisi; pemberantasan kemiskinan; perbaikan kondisi lingkungan hidup; pemerataan kesempatan; peningkatan kebebasan individu; dan pelestarian ragam kehidupan budaya. Dengan demikian, pembangunan harus dipandang sebagai suatu proses multidimensional yang mencakup berbagai perubahan mendasar atas struktur sosial, sikap-sikap masyarakat, dan institusi-institusi nasional, di samping tetap mengejar akselerasi pertumbuhan ekonomi, penanganan ketimpangan pendapatan, serta pengentasan kemiskinan.

Pembangunan desa merupakan *discourses* yang masuk dalam kajian ekonomi pembangunan, daerah pedesaan menjadi representatif kehidupan sosial-ekonomi di negara-negara berkembang. Sebab, sebagian besar penduduk di negara berkembang bermukim di pedesaan dan mayoritas penduduknya bergantung pada sektor pertanian dan berada di bawah garis kemiskinan. Ide dualisme ekonomi yang diinisiasikan oleh Boeke tersebut, pada akhirnya diakui atau tidak, menjadi diskursus penting dalam proses pembangunan pedesaan di negara-negara berkembang. Seperti yang telah disarikan oleh Ellis dan Biggs, model dualisme ekonomi menjadi isu strategis pembangunan pedesaan di negara-negara berkembang pada akhir tahun 1950-an.

c. Konsep Pengembangan Desa Wisata

Desa wisata adalah sebuah kawasan yang berkaitan dengan wilayah atau berbagai kearifan lokal (adat-istiadat, budaya, potensi, yang dikelola sebagai daya tarik wisata sesuai dengan kemampuannya) yang ditunjukkan untuk kepentingan sosial dan ekonomi masyarakat. Kearifan lokal atau system pengetahuan lokal yang dimaksud disini adalah pengetahuan yang khas yang dimiliki suatu masyarakat atau budaya tertentu yang telah berkembang sekian lama, sebagai hasil dari proses hubungan timbal balik antara penduduk tersebut dengan lingkungannya (Proyek Pemanfaatan Kebudayaan Daerah DIY, 2003).

Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan desa yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata. Ramuan utama desa wisata diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup warga masyarakatnya. Keaslian juga dipengaruhi keadaan ekonomi, fisik dan sosial daerah pedesaan misalnya ruang, warisan budaya, kegiatan pertanian, bentangan alam, jasa, pariwisata sejarah dan budaya serta pengalaman yang unik dan eksotis khas suatu daerah. Dengan demikian pemodelan desa wisata harus terus dan secara kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas daerah. Ramuan penting lainnya dalam pengembangan desa wisata yang berkelanjutan yaitu pelibatan atau partisipasi masyarakat setempat, pengembangan mutu produk wisata pedesaan dan pembinaan kelompok pengusaha setempat. Keaslian akan memberikan manfaat bersaing bagi produk wisata pedesaan. Unsur unsur keaslian produk wisata yang utama adalah kualitas asli, keorisinalan, keunikan, ciri khas daerah dan kebanggaan daerah yang diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya secara khusus berkaitan dengan perilaku, integritas, keramahan dan kesungguhan penduduk yang tinggal dan berkembang menjadi milik masyarakat desa tersebut.

Salah satu bentuk pengembangan objek wisata lainnya adalah wisata alam berbasis kearifan lokal. Salah satu bentuk kearifan lokal adalah berupa tradisi budaya yang mempertahankan keseimbangan hidup dengan lingkungan alam. Keseimbangan itu tercermin dari berbagai bentuk pengetahuan, adat istiadat, upacara tradisional dan kepercayaan yang berhubungan alam dan daur hidup manusia yang berlangsung turun temurun. Dalam perwujudannya, wisata alam berbasis kearifan lokal merupakan salah satu bentuk yang dikembangkan dalam ekowisata. Karena dalam ekowisata, berbagai kearifan lokal seperti pelestarian lingkungan alam, pengetahuan tentang gejala-gejala alam dan lingkungan fisik, pengetahuan tentang jenis-jenis tanaman, manfaat, dan pembudidayaannya, serta pelestarian adat istiadat masyarakat lokal dan bentuk kearifan lokal lainnya merupakan unsur-unsur yang

harus dipertahankan dan menjadi daya tarik wisata. Bentuk kearifan lokal dapat dikategorikan dalam dua aspek, yakni:

- 1) kearifan lokal yang berbentuk benda (*tangible*) seperti berupa tekstual, bangunan arsitektural, karya seni, dll
- 2) kearifan lokal yang tak benda (*intangible*) seperti petuah dan peribahasa yang bersifat verbal.

d. Community Based

Community Based Tourism Merupakan konsep pengembangan suatu destinasi wisata lokal dimana masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian suara berupa keputusan dalam pembangunannya. Ada tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT yakni penjelajahan (*adventure travel*), wisata budaya (*cultural tourism*) dan ekowisata (*ecotourism*). Menurut Bank Dunia konsep CBT akan melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan khususnya terkait dengan perolehan pendapatan, kesempatan kerja, serta pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata.

Konsep CBT juga merupakan implementasi ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung dilaksanakan dan dinikmati oleh masyarakat sendiri. Terdapat dua pendekatan berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip perencanaan dalam konteks pariwisata. Pendekatan pertama yang cenderung dikaitkan dengan sistem perencanaan formal sangat menekankan pada keuntungan potensial dari ekowisata. Pendekatan kedua, cenderung dikaitkan dengan istilah perencanaan yang partisipatif yang lebih concern dengan ketentuan dan pengendalian yang lebih seimbang antara pembangunan dan perencanaan terkendali. Pendekatan ini lebih menekankan pada kepekaan terhadap lingkungan alam dalam dampak pembangunan ekowisata. Salah satu bentuk perencanaan yang berpartisipasi dalam

pembangunan pariwisata adalah menerapkan *community based tourism* (CBT) sebagai pendekatan pembangunan. Nicole Hausler (2000), mengemukakan gagasan tentang definisi dari *community based tourism* (CBT), yaitu:

1. Bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata.
2. Masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapatkan keuntungan.
3. Menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratis dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung.

Dengan demikian dalam pandangan Hausler, CBT merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal baik yang terlibat langsung dalam industry pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan akses dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal. *Community based tourism* bukan hanya sebagai sebuah harapan bagi negara– negara di dunia melainkan juga sebagai sebuah peluang, terdapat ciri-ciri unik yang dikemukakan oleh Nasikun (2001) yaitu : *Pertama*, karakternya yang lebih mudah di organisasi di dalam skala yang kecil, jenis pariwisata yang bersahabat dengan lingkungan, secara ekologis aman dan tidak menimbulkan banyak dampak negatif seperti yang dihasilkan oleh jenis pariwisata konvensional yang berskala massif. *Kedua*, Pariwisata berbasis komunitas memiliki peluang lebih mampu mengembangkan objek-objek dan atraksiwisata berskala kecil, oleh Karena itu dapat dikelola oleh komunitaskomunitas dan pengusaha-pengusaha lokal, menimbulkan dampak sosial- kultural yang minimal, dan memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima oleh masyarakat. *Ketiga*, konsekuensi dari keduanya, lebih dari pariwisata konvensional yang bersifat massif,

pariwisata alternatif yang berbasis komunitas memberikan peluang yang lebih bagi partisipasi dan di dalam menikmati keuntungan perkembangan industri pariwisata, maka dari itu lebih memberdayakan masyarakat. Pariwisata alternatif berbasis komunitas tidak hanya memberikan tekanan pada pentingnya “keberlanjutan kultural” akan tetapi secara aktif bahkan berupaya membangkitkan penghormatan para wisatawan pada kebudayaan lokal, antara lain melalui pendidikan dan pengembangan organisasi wisatawan. Ciri-ciri khusus adalah berkaitan dengan manfaat yang diperoleh dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal, serta lain kelompok memiliki ketertarikan atau minat, yang memberi kontrol lebih besar dalam proses sosial untuk mewujudkan kesejahteraan. Terdapat beberapa prinsip dasar *Community Based Tourism* yang disampaikan dalam gagasannya yaitu:

- 1) Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas pariwisata.
- 2) Mengikuti sertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek.
- 3) Mengembangkan kebanggaan komunitas
- 4) Mengembangkan kualitas hidup komunitas.
- 5) Menjamin keberlanjutan lingkungan.
- 6) Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal.
- 7) Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas.
- 8) Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia.
- 9) Mendistribusikan keuntungan secara adil pada anggota komunitas.
- 10) Berperan dalam menentukan presentase pendapatan dalam proyek yang ada di dalam komunitas.

Adapun aspek utama pengembangan CBT terdapat lima dimensi yaitu:

- a) Dimensi ekonomi dengan indikator: adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata Timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata.
- b) Dimensi sosial dengan indikator: meningkatkan kualitas hidup, kebanggaan komunitas dan pembagian peran yang adil antara laki-laki, perempuan, generasi muda dan tua serta membangun penguatan organisasi komunitas.
- c) Dimensi budaya dengan indikator: mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, dan budaya pemukiman melekat erat dalam budaya lokal.
- d) Dimensi lingkungan dengan indikator: mempelajari *carrying capacity area*, mengatur pembuangan sampah, dan meningkatkan kepedulian akan perlu konservasi.
- e) Dimensi politik, dengan indikator: meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, dan jaminan hak-hak pengelolaan SDA. Setiap masyarakat harus didorong untuk mengidentifikasi tujuan sendiri dan mengarahkan pariwisata untuk meningkatkan kebutuhan masyarakat lokal. Untuk itu dibutuhkan perencanaan dan industri pariwisata yang memperhatikan wisatawan dan juga masyarakat setempat.

e. Teori Lokasi Alfred Weber

Menurut teori Weber pemilihan lokasi industri didasarkan atas prinsip minimasi biaya. Weber menyatakan bahwa lokasi setiap industri tergantung pada total biaya transportasi dan tenaga kerja dimana penjumlahan keduanya harus minimum. Tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum adalah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Menurut Weber ada tiga faktor yang mempengaruhi lokasi industri, yaitu biaya transportasi, upah tenaga kerja, dan kekuatan aglomerasi atau deaglomerasi. dalam menjelaskan keterkaitan biaya transportasi dan bahan baku Weber menggunakan konsep

segitiga lokasi atau locational triangle untuk menunjukkan apakah lokasi optimum tersebut lebih dekat ke lokasi optimum tersebut lebih dekat ke lokasi bahan baku atau pasar.

Prinsip teori Weber adalah bahwa penentuan lokasi industri ditempatkan di tempat-tempat yang resiko biaya atau biayanya paling murah atau minimal (*least cost location*) yaitu tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja di mana penjumlahan keduanya minimum, tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum yang cenderung identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Prinsip tersebut didasarkan pada enam asumsi bersifat prakondisi, yaitu :

Wilayah bersifat homogen dalam hal topografi, iklim dan penduduknya (keadaan penduduk yang dimaksud menyangkut jumlah dan kualitas SDM).

1. Ketersediaan sumber daya bahan mentah.
2. Upah tenaga kerja.
3. Biaya pengangkutan bahan mentah ke lokasi pabrik (biaya sangat ditentukan oleh bobot bahan mentah dan lokasi bahan mentah).
4. Persaingan antar kegiatan industri.
5. Manusia berpikir secara rasional.

Weber juga menyusun sebuah model yang dikenal dengan istilah segitiga lokasional (*locational triangle*), yang didasarkan pada asumsi :

1. Bahwa daerah yang menjadi obyek penelitian adalah daerah yang terisolasi. Konsumennya terpusat pada pusat-pusat tertentu. Semua unit perusahaan dapat memasuki pasar yang tidak terbatas dan persaingan sempurna.
2. Semua sumber daya alam tersedia secara tidak terbatas.
3. Barang-barang lainnya seperti minyak bumi dan mineral adalah sporadik tersedia secara terbatas pada sejumlah tempat.

4. Tenaga kerja tidak tersedia secara luas, ada yang menetap tetapi ada juga yang mobilitasnya tinggi.

Dalam menentukan lokasi industri, terdapat tiga faktor penentu, yaitu biaya transportasi, upah tenaga kerja, dan dampak aglomerasi dan deaglomerasi. Biaya transportasi diasumsikan berbanding lurus terhadap jarak yang ditempuh dan berat barang, sehingga titik terendah biaya transportasi menunjukkan biaya minimum untuk angkutan bahan baku dan distribusi hasil produksi. Biaya transportasi akan bertambah secara proporsional dengan jarak. titik terendah biaya transportasi adalah titik yang menunjukkan biaya minimum untuk angkutan bahan baku (input) dan distribusi hasil produksi.

Adapun teori ini didasari oleh asumsi sebagai berikut:

1. Lokasi bahan baku sudah diketahui sejak awal.
2. Pola distribusi konsumsi barang sudah diketahui dan hanya ada satu pusat pembelian untuk satu unit produksi.
3. Distribusi tenaga kerja sudah diketahui termasuk tingkat upah dari satu daerah ke daerah lain. Ini artinya tenaga kerja tidak bersifat mobile dan tidak dipengaruhi oleh lokasi industri.
4. Sistem transportasi seragam, dalam ini Weber berasumsi bahwa hanya ada satu moda transportasi utama waktu itu yaitu kereta api. Jadi biaya transportasi akan dipengaruhi beban dan jarak tempuhnya. Hal ini juga secara matematik, morfologi daerah tersebut datar.
5. Meski ia tidak secara spesifik menyebutkan, namun karakteristik budaya dan situasi politik pada masa itu adalah konstan.
 - a. Efek Biaya Transportasi Input Terhadap Lokasi

Biaya transportasi input yang diperlukan oleh suatu perusahaan memiliki dampak yang besar terhadap penempatan lokasi perusahaan. semakin mahal biaya transportasi yang

diperlukan oleh suatu input, maka perusahaan akan cenderung menempati lokasi yang dekat dengan sumber input tersebut.

b. Efek Biaya Transportasi Output Terhadap Lokasi

Biaya transportasi dari output juga memiliki pengaruh yang besar terhadap lokasi dari suatu perusahaan. Jika biaya input mempengaruhi penempatan perusahaan relative terhadap salah satu sumber input, maka biaya output mempengaruhi penempatan perusahaan relative terhadap kedua sumber input di pasar.

c. Efek Perubahan Biaya Faktor Lain Terhadap Lokasi

Selain biaya transportasi, terdapat pula faktor lain yang bisa menggeser lokasi optimum dari suatu perusahaan, faktor tersebut adalah harga tanah dan biaya tenaga kerja. Pergeseran lokasi optimum tersebut dapat digambarkan dengan garis isodapane, yaitu garis yang menghubungkan lokasi dengan biaya transportasi yang sama. Semakin jauh pusat produksi bergerak dari titik optimum p , maka semakin tidak efisien perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan biaya transportasi yang meningkat, selain itu perusahaan juga mengalami opportunity cost yang semakin tinggi, karena seharusnya modal dapat digunakan di sektor lain. Agar suatu perusahaan mau berpindah, maka penghematan dari faktor lokal seperti harga tanah dan tenaga kerja harus melebihi peningkatan biaya transportasi tersebut.

d. Efek Sumber Input Dan Pangsa Pasar Baru

Perusahaan lokasi optimum suatu perusahaan seperti yang telah didiskusikan sebelumnya dapat menyebabkan terjadinya substitusi sumber input maupun input itu sendiri. Ketika sumber input baru ditemukan, dengan kualitas dan kuantitas yang sama dengan sumber input terdahulu, mungkin saja dilakukan substitusi jika jaraknya lebih dekat.

Dalam teori lokasi neoklasik berfokus pada penyajian model normatif umum untuk menemukan lokasi yang optimum untuk satu atau lebih industri berdasarkan pertimbangan ekonomi. Hal ini didasarkan pada konsep pengusaha sebagai homo economicus yang

mempunyai informasi yang lengkap, dapat memanfaatkan informasi yang optimal, dan mampu memaksimalkan keuntungan sendiri. Manusia dan bahkan karakteristik pribadi mengambil keputusan ekonomi tidak punya tempat dalam pendekatan yang didasarkan pada model penjas dimana faktor pengurang biaya (biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan ukuran pasar) merupakan kekuatan utama yang mendorong terjadinya relokasi.

Teori neoklasik disebut paradigma kearifan konvensional karena beberapa alasan. pertama, teori-teori ini menyajikan doktrin yang relatif mapan dalam ekonomika dan menjadi landasan dalam teori pembangunan regional dan lokasi. Kedua, teori konvensional dalam arti memberikan alasan rasional beroperasinya ekonomi dalam masyarakat kapitalis. Dalam perspektif neoklasik, persaingan sempurna dan sehat adalah regulator perilaku ekonomi yang memaksimalkan efisiensi individu dan kesejahteraan sosial dalam jangka panjang. Karakteristik utama dari teori ini dalam menjelaskan lokasi industri adalah :

1. Fokus pada variabel ekonomi (biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan lain-lain) dengan mengabaikan proses sejarah, ekonomi, politik, dan sosial.
2. Menganalisis faktor-faktor ekonomi secara abstrak dengan pendekatan deduktif untuk menarik generalisasi kemana industri akan memilih untuk berlokasi.
3. Mengasumsikan bahwa hukum-hukum ekonomi berlaku universal, yang didasarkan atas rasionalitas ekonomi yang mengarahkan perilaku.

Menurut perspektif Neoklasik, teori lokasi dapat digolongkan dalam tiga perspektif, yakni orientasi terhadap biaya transportasi (teori lokasi klasik), orientasi terhadap input lokal (*local input*), teori lokasi modern, dan teori lokasi perspektif modern lanjutan (teori-teori baru mengenai eksternalitas dinamis, mazhab pertumbuhan perkotaan, dan paradigma berbasis transaksi).

2.1.5 Teori Modal Sosial (*Social Capital*)

Bourdieu dan Coleman adalah ahli teori pendiri modal sosial mereka memperkenalkan istilah modal sosial secara sistematis untuk pertama kalinya. Meskipun mereka melakukannya hampir secara bersamaan, mereka memperkenalkan istilah tersebut secara independen satu sama lain. Konsep modal sosial Bourdieu menekankan pada konflik dan fungsi kekuasaan (hubungan sosial yang meningkatkan kemampuan seorang aktor untuk memajukan kepentingannya). Posisi sosial dan pembagian sumber daya ekonomi, budaya dan sosial secara umum dilegitimasi dengan bantuan modal simbolis. Bagi Bourdieu setiap individu memiliki posisi dalam ruang sosial yang multi dimensional, ia tidak dikategorikan oleh keanggotaan dalam kelas sosial, tetapi dengan setiap jenis modal yang dia peroleh melalui hubungan sosial. Modal yang dimaksud termasuk nilai dari jaringan sosial, yang ditunjukkan Bourdieu bahwa ia dapat digunakan untuk memproduksi atau mereproduksi ketidakseimbangan. Bourdieu membedakan antara tiga bentuk modal yang dapat menentukan posisi sosial masyarakat: modal ekonomi, sosial dan budaya.

Bourdieu bersama-sama dengan Coleman membawa konsep modal sosial sebagai konstruksi utama teori mikro-sosiologi jaringan sosial dan tindakan manusia, selainnya seperti Putnam dan Fukuyama membawa konsep ini ke arah teori makro sosiologi yaitu struktur masyarakat dan budaya. Bourdieu merupakan sosiolog pertama yang secara sistematis menganalisis modal sosial. Ia mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan dari sumber daya potensial dan atau aktual yang dikaitkan dengan kepemilikan suatu jaringan kerja pada waktu tertentu dari hubungan pokok terlembaga dari saling kenal dan saling mengakui. Keanggotaan dalam kelompok memberi kemudahan bagi anggotanya dengan memberi dukungan dari modal yang dimiliki secara kolektif. Modal sosial dibuat dari kewajiban sosial atau koneksi dan dapat dipertukarkan (*convertible*), pada kondisi tertentu, menjadi modal ekonomi. Bourdieu menyatakan bahwa muatan modal sosial yang dimiliki

seseorang tergantung dari ukuran jaringan koneksi-koneksi yang dapat dia mobilisasi dan muatan modal ekonomi, kultural, dan simbolik yang dimiliki oleh orang yang menjadi koneksinya.

Maka dengan demikian, modal sosial menurut Bourdieu disusun ulang menjadi dua unsur: pertama, hubungan sosial, yang memungkinkan individu untuk mengklaim sumber daya-sumber daya yang dimiliki secara kolektif, dan, kedua, kuantitas dan kualitas dari sumber daya-sumber daya tersebut (Portes, 1998). Ultimately, Bourdieu memandang modal sosial sebagai investasi dari kelas dominan untuk menjaga dan mereproduksi solidaritas kelompok dan memelihara posisi dominan kelompok. Gagasan modal sosial Bourdieu tidak akan lengkap tanpa penjelasan singkat mengenai konsep-konsep lainnya yang dikajinya yaitu modal kultural, habitus, dan field. Modal cultural dapat eksis pada tiga keadaan: terkandung (pembawaan dari pikiran dan badan), terungkap secara objektif (benda-benda kultural), dan terlembaga (kualifikasi pendidikan). Beberapa modal kultural dinilai lebih tinggi daripada yang lainnya, dan setiap orang membawa kerangka disposisi yang berbeda-beda (habitus) ke lapangan (field) interaksi. Ruang sosial adalah adalah lapangan bagi kekuatan dan usaha antara agen-agen yang memiliki cara dan tujuan yang berbeda (Bourdieu, 1998). Lapangan ini dicirikan oleh ‘ aturan permainan’, yang eksplisit maupun yang teratur secara sistemik. Karena lapangan ini dinamis, nilai-nilai yang membentuk modal kultural dan modal sosial juga dinamis dan arbitrer (dapat dipertukarkan).

Di sisi lain Coleman menjelaskan konsep modal sosial dalam konteks teori pilihan rasional. Pendapat Coleman didasarkan pada gagasan bahwa setiap Peran Modal Sosial dalam Pariwisata Berbasis Komunitas (Pramanik, etal.) Coleman berpendapat bahwa modal sosial terdiri dari hubungan saling percaya, hubungan otoritas, potensi informasi, norma yang efektif, dan organisasi sosial yang sesuai. Dalam konteks pariwisata, modal sosial memiliki arti yang lebih luas, antara lain pentingnya memiliki jaringan, kepercayaan, dan timbal balik

untuk mengembangkan/memelihara/pariwisata. Modal sosial sangat penting dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal, karena dengan modal sosial, masyarakat dapat mempertahankan norma-norma serta adat istiadat yang berlaku di daerahnya, dan dapat mewariskan nilai-nilai budaya kepada generasi yang akan datang. Modal sosial berupa budaya serta adat istiadat dapat dikemas menjadi daya tarik wisata yang unik, yang merupakan daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung.

a. Bentuk-Bentuk *Social Capital*

Menurut Akdere, 2005 membuat dalam tiga bentuk *social capital*, yaitu *macro level*, *meso level* dan *micro level*. Berikut Gambar 1 model representatif interaksi dan hubungan *social capital*.

1) *Social Capital Macro Level*

Social capital pada makro level merupakan langkah dimana *social capital* dimanfaatkan pada cakupan yang lebih luas. Pada tingkatan ini penggunaan *social capital* meliputi, seperti pemerintah, penegakan kepastian hukum sipil, kebebasan berpolitik, berdampak pada pencapaian ekonomi suatu negara, penentuan suatu fungsi pemerintah, dan tipe pengembangan ekonomi sektor publik. Berkaitan dengan sektor publik keterlibatan pemerintah yang bersifat membangun pembangunan dibawah ketidakseimbangan antara ikatan *social capital* eksternal dan keterpaduan internal sangat diperlukan.

2) *Social Capital Meso Level*

Social capital pada *meso level* digambarkan sebagai suatu perspektif struktural dimana jaringan *social capital* terstruktur dan sumber daya mengalir sepanjang jaringan kerja. Analisa *social capital* ini adalah pada proses pengembangan struktur jaringan dan distribusi. Secara keseluruhan *social capital* meso level berhubungan dengan pengembangan dan pertumbuhan organisasi lokal atau dalam organisasi itu sendiri.

3) *Social Capital Micro Level*

Pada tingkatan *social capital* micro level ini menekankan kemampuan individu untuk mengerahkan sumber daya melalui institusi jaringan lokal seperti organisasi sosial kemasyarakatan yang didasarkan pada kekeluargaan. Banyak ahli menekankan mikro level pada sebuah organisasi berhubungan dengan pengenalan, kooperasi dan kerjasama, kesetiakawanan, kesetiaan, reputasi dan akses informasi yang informatif.

Lin (1999), kemudian mengenalkan kerangka teori modal sosial secara lengkap. Lin menjelaskan proses pembentukan modal sosial dan manfaatnya bagi individu melalui model modal sosial Lin. Model modal sosial Lin terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu ketidaksetaraan, pembentukan modal sosial, dan dampak modal sosial. Dalam modelnya, Lin menjelaskan adanya ketidaksetaraan individu dalam mengakses modal sosial. Ketidaksetaraan ini mempengaruhi peluang individu untuk membangun dan memelihara modal sosial. Grootaert dan Bastelaar (2002) merekomendasikan tiga jenis faktor yang digunakan sebagai pendekatan untuk menggambarkan modal sosial pada level mikro, yaitu sikap percaya dan kepatuhan terhadap norma yang berlaku, keanggotaan dalam perkumpulan dan jejaring sosial, dan aksi bersama. Pembentukan modal sosial tergantung pada besarnya akses terhadap sumber daya yang ditentukan oleh lokasi jejaring dan sumber daya sosial. Hal tersebut berdampak kepada semakin baiknya akses individu terhadap modal sosial membuat semakin banyaknya sumber daya yang melekat yang dapat dimanfaatkan. Modal sosial bersama dengan modal manusia secara langsung berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat, sehingga pada akhirnya diharapkan dapat memberikan kesejahteraan individu.

Modal sosial adalah berupa tingkat kepercayaan, rasa percaya, norma dan jaringan kerja baik informal maupun formal yang ada di masyarakat mempunyai peran yang cukup penting dan dapat memicu peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi (James Coleman, Pierre Bourdieu, Robert Putnam, 1990, 1993, 1995), dan (Francis Fukuyama, 1999). Studi kasus di Indonesia, World Bank melaporkan bahwa modal sosial mempunyai kontribusi dan

berpengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Grootaert, 1999). Hal yang sama juga digambarkan oleh Grootaert (1999) bahwa semakin meningkatnya stok modal sosial, meningkat pula kesejahteraan masyarakat sebagai hasil meningkatnya jumlah transaksi, joint venture, output, kualitas hidup, kualitas lingkungan dan kemudahan lainnya yang dinikmati oleh penduduk.

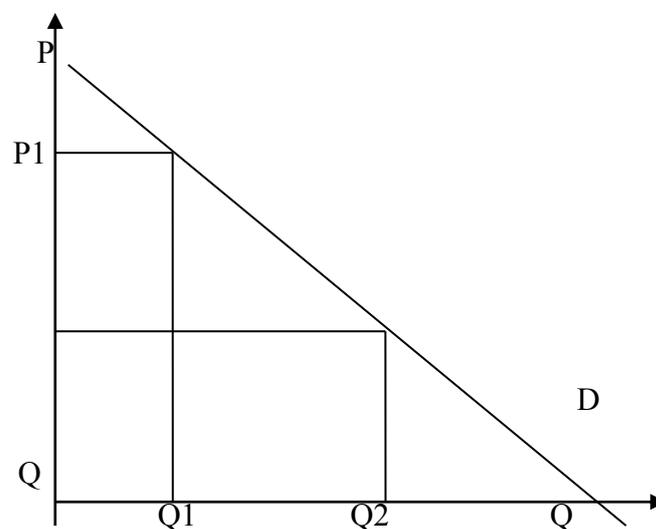
2.1.6 Produk Cenderamata Lokal

Produk cenderamata pariwisata adalah produk yang diproduksi dan dikonsumsi dalam kaitannya dengan kepariwisataan. Produk ini lebih dalam pemahamannya dari sekedar produk souvenir yang terbatas pada kriteria kecil, ringan dan murah, namun juga berkaitan dengan nilai sosial dan budaya yang direpresentasikan berdasarkan karakteristik kawasan wisata tertentu. Keberadaan produk cenderamata pariwisata tentunya tidak terlepas dari fungsi dan maknanya. Fungsinya diantaranya adalah untuk menunjang eksistensi dari kawasan wisata, dimana suatu obyek wisata menawarkan keindahan, kesenangan, kegembiraan secara psikologis, sedangkan produk cenderamata pariwisata menawarkan sesuatu untuk secara fisik dimiliki sehingga menumbuhkan minat beli atau keputusan pembelian para wisatawan. Menurut Grand Theory, Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung risiko yang mungkin ditimbulkannya. Konsumen mengambil keputusan pembelian setiap hari. Minat pembelian dapat mengukur kemungkinan konsumen untuk membeli suatu produk, semakin tinggi minat maka semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian. Pendekatan atau grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen, karena minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler, Keller, 2016). Menurut Kotler minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang

dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

1. Teori Permintaan

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (=ceteris paribus), (Gilarso, 2001).



Sumber: Gilarso, 2001

Gambar 2. 5 Kurva Permintaan Suatu Barang

Kurva permintaan dapat digambarkan seperti yang terlihat dalam Gambar 2.1, jumlah yang mau dibeli (Q) diukur dengan sumbu X (horisontal), sedangkan harga (P) diukur dengan sumbu Y (vertikal). Kurva permintaan menunjukkan bahwa antara harga dan jumlah yang mau dibeli terdapat suatu hubungan yang negatif atau berbalikan, yaitu jika harga naik, maka jumlah yang dibeli akan berkurang dan jika harga turun, maka jumlah yang mau dibeli akan bertambah. Gejala ini disebut hukum permintaan (Gilarso,2001:21), Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain :

- 1) Jumlah pembeli: jika jumlah pembeli suatu barang tertentu bertambah, maka pada harga yang sama jumlah yang mau dibeli bertambah banyak juga, dan kurva permintaan akan bergeser ke kanan.
- 2) Besar penghasilan: yang tersedia untuk dibelanjakan jelas berpengaruh sekali lebih banyak dan segala macam barang dan jasa. Dalam hal ini ada satu pengecualian, yaitu yang disebut *inferior goods*, yaitu barang-barang yang permintaannya justru berkurang bila penghasilan konsumen naik. Semua barang lain disebut *normal goods*, yaitu barang yang permintaannya naik apabila pendapatan konsumen naik.
- 3) Harga barang-barang lain: kenaikan harga barang lain itu memperbesar atau justru memperkecil permintaan masyarakat akan suatu barang tersebut, itu tergantung apakah barang lain itu ada keterkaitan dengan barang tersebut.

Dilihat dari kurva permintaan jika P naik maka Q akan berkurang dan sebaliknya. Tetapi reaksi konsumen tidak selalu sama untuk berbagai macam barang. Untuk beberapa macam barang para konsumen sangat peka terhadap perubahan harga. Oleh karena itu untuk menyatakan peka tidaknya jumlah yang mau dibeli terhadap perubahan harga dipergunakan istilah elastisitas harga. Elastisitas (harga) dari permintaan yaitu menunjukkan bagaimana reaksi pembeli (dalam hal jumlah yang mau dibeli) bila ada perubahan harga, atau peka tidaknya jumlah yang mau dibeli terhadap perubahan harga. Agar dapat dibandingkan, duaduanya dinyatakan dalam persen (%). Jika konsumen peka terhadap perubahan harga suatu barang, maka permintaan akan barang itu disebut elastis. Sedangkan jika konsumen kurang peka terhadap perubahan harga suatu barang tertentu, maka permintaan akan barang itu disebut inelastis.

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Maka dapat disusun fungsi permintaan umum, sebagai berikut:

$$QD = f (PQ, PS.i, Y, S, D) \dots\dots\dots (2.2)$$

Keterangan : QD = jumlah barang yang diminta

PQ = harga barang itu sendiri

PS.i = harga barang substitusi (i = 1,2,...,n)

Y = pendapatan

S = selera

D = jumlah penduduk

1. Ulos

Masyarakat masih mempertahankan produksi ulos sampai saat ini untuk keperluan upacara adat dan juga cinderamata bagi wisatawan. Para pengrajin mendapat keuntungan dari wisatawan melalui penjualan hasil kerajinan yang mereka jual. Kebutuhan akan ulos bagi Suku Batak dari hari ke hari semakin bertambah hal ini disebabkan segala ritual adat istiadat umumnya memerlukan sarana ulos. Melihat peluang ini, kapitalis memanfaatkan unsur budaya ini menjadi suatu industri yaitu industri ulos. Industri kreatif sangat penting untuk mendukung kesejahteraan masyarakat. Industri kreatif timbul melalui pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki setiap orang untuk menciptakan lapangan baru dan dapat menciptakan kesejahteraan masyarakatnya. Berkaitan dengan peningkatan ekonomi, masyarakat Pulau Samosir mempunyai kreatifitas dalam ulos. Pada masa sekarang ulos menjadi suatu industri budaya. Komoditi ini diproduksi secara massal oleh kaum kapitalis dengan menggunakan tehnologi mesin. Mudahnya memproduksi ulos melalui mesin tenun dimanfaatkan masyarakat untuk menciptakan kreasi-kreasi baru yang sumbernya dari bahan ulos, kreasi baru menghasilkan tas, baju, sepatu, hiasan, dan lain-lain yang bahan dasarnya dari ulos.

2. Gorga

Gorga tradisional adalah ragam ukiran dua dimensi yang menghiasi rumah adat Batak Toba. Sebagai ukiran dekoratif, gorga tradisional identik dengan rumah raja atau rumah orang kaya. Selain rumah adat Batak Toba, gorga tradisional juga terdapat pada perangkat uring-uringan (alat musik), peralatan berburu-meramu, dan benda-benda kerajinan. Berdasarkan makna simboliknya, komposisi gorga tradisional menempati bidang-bidang yang terstruktur, mulai dari bagian atas, tengah, dan bawah. Makna-makna simbolik yang bersifat sakral itu membuat status sosial-religius pada gorga tradisional menempati posisi paling tinggi dibandingkan dengan ukiran-ukiran yang profan. Oleh karena itu, masyarakat Batak Toba secara turun-temurun masih melestarikan gorga tradisional sebagai ornamen dari rumah adat mereka. Selain Sebagai ornamen rumah batak, ukiran gorga (lukisan batak) juga dibuat sebagai souvenir, souvenir berhiaskan gorga memiliki keistimewaan dan keunikan tersendiri karena seni ukir tradisional ini menyimpan rahasia keterampilan dalam proses pembuatannya dan dipadukan dengan unsur budaya. Wisatawan lokal dan Tobasa mengaku sangat tertarik dengan berbagai souvenir yang bermotif gorga, karena menggambarkan tingginya nilai seni yang terkandung dalam proses pengerjaan hasil kreatifitas berbahan sederhana tersebut.

3. Miniatur Rumah Adat Batak

Rumah Bolon adalah simbol dari identitas masyarakat batak yang tinggal di Sumatera Utara. Saat ini, rumah Bolon adalah salah satu objek wisata di Sumatera Utara termasuk di Kabupaten Samosir, rumah Bolon merupakan salah satu budaya Indonesia yang harus dilestarikan. Salah satu cara masyarakat Samosir melestarikan Rumah bolon atau rumah adat batak dengan membuat miniatur rumah adat batak. Miniatur Rumah Adat Batak terbuat dari bahan kayu yang diukir menjadi bentuk rumah adat batak. Souvenir ini menjadi salah satu souvenir yang banyak diminati wiatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, dikarenakan bentuknya yang unik dan menonjolkan ciri khas rumah adat batak

di Kabupaten Samosir. Sehingga banyak masyarakat yang membuat miniatur rumah adat batak sebagai produk jualan atau cendramata yang tentunya dapat menambah pendapatan mereka seperti yang ada di Desa Siallagan. Souvenir ini cocok digunakan sebagai gantungan kunci, tas, buah tangan dan lainnya.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya dibuat untuk membandingkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai referensi untuk penelitian yang akan dilakukan. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang salah satu variabelnya sama dengan penelitian yang akan dibuat. Sebagai acuan dari penelitian ini dikemukakan hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, yaitu:

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Identitas	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1	Faikar Adam Wiradipoetra, Erlangga Brahmanto 2016	Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung	X. Kualitas daya tarik wisata Y. Minat berkunjung	Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana.	Hasil penelitian menunjukkan kualitas daya tarik wisata menurut persepsi wisatawan dalam kondisi yang rendah atau kurang menarik. Minat berkunjung wisatawan juga rendah. Penurunan kualitas daya tarik berpengaruh signifikan terhadap turunya minat berkunjung wisatawan.
2	Yollanda Pusvita Sari Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan	Pengaruh Kunjungan Pariwisata Candi Muara Takus Terhadap Peningkatan Ekonomi Pedagang Di Desa Muara	X. Kunjungan Pariwisata Y. Peningkatan ekonomi Pedagang	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif	Peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengunjung pariwisata Candi Muara Takus terhadap

	Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru 2020	Takus Kecamatan Xiii Koto Kampar Kabupaten Kampar			peningkatan ekonomi pedagang di Desa Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar.
3	Nemanja Tomic Departemen Geografi, Pariwisata Dan Manajemen Hotel Fakultas Ilmu, Universitas Novi Sad, Novi Sad, Serbia Sanja Bozic Departemen Geografi, Pariwisata Dan Manajemen Hotel Fakultas Ilmu, Universitas Novi Sad, Novi Sad, Serbia 2015	Jurnal Pariwisata - Studi Dan Penelitian Di Bidang Pariwisata Faktor Yang Mempengaruhi City Tujuan Pilihan Antara Orang Muda di Serbia	X. Informasi, promosi, perhotelan, pelayanan Y. Tujuan wisatawan	Penelitian ini menggunakan deskriptif dan evaluatif metode analisis melalui pengamatan data primer, kuesioner, survei online, Dalam studi tentang data, struktur model persamaan (SEM) yang digunakan, dengan menggunakan analisis multi-kelompok.	Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa responden yang termasuk dalam kelompok usia di bawah 25 memberikan lebih penting untuk Informasi dan promosi serta perhotelan yang baik dan pelayanan restoran daripada mereka yang termasuk kelompok usia yang lebih tua.
4	Rian Syahputra, Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta 2018	Pengaruh Jumlah Wisatawan, Jumlah Objek Wisata, Dan Retribusi Objek Wisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Gunung Kidul 2012-2016	X. Jumlah wisatawan, objek wisata dan retribusi Y. Pendapatan asli daerah	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan, jumlah objek wisata dan retribusi objek wisata memiliki pengaruh terhadap pendapatan asli daerah
5	Atin Baoa Rorizki Hutasoit Dra. Raina Linda	Analisis Permintaan Wisatawan Mancanegara	X. Biaya berwisata, pendapatan, infrastruktur dan akomodasi	Penelitian ini adalah penelitian historis, deskriptif dan kuantitatif	Setelah data-data yang telah diperoleh dari berbagai sumber diolah dan dianalisis

	Sari	Berwisata Di Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir	Y. Permintaan wisatawan		oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa, biaya berwisata, Tingkat pendapatan, tingkat kepuasan wisman terhadap akomodasi dan infrastruktur pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap lamanya wisman berlibur di Tuktuk Siadong.
6	Ahmad Dimiyati) dan Penulis2 : (Wiji Safitri) Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang	X. Kualitas pelayanan, harga, daya tarik Y. Minat berkunjung	Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Berganda	Kesimpulan dari penelitian ini bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikansi terhadap keputusan berkunjung, Variabel harga berpengaruh secara signifikansi terhadap keputusan berkunjung, Variabel daya tarik berpengaruh secara signifikansi terhadap keputusan berkunjung.
7	Patricia L Sagala, Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik- Universitas Riau 2017	Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Daerah Tujuan Wisata Danau Toba Sumatera Utara	X. Pertunjukan budaya, daya tarik wisata, seni, adat, tari, lukisan, agama, dan sejarah Y. Motivasi pengunjung	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif	Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa motivasi wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata danau toba yang paling dominan adalah motivasi budaya yakni, pertunjukan budaya, kebutuhan daya tarik wisata misalnya seperti seni, adat, tari, lukisan dan agama. Sedangkan dari daya tarik wisata lebih

					dominan adalah daya tarik wisata sejarah yakni, Makan Tua Raja Sidabutar, Batu Kursi Persidangan Siallangan dan Museum Tomok.
8	Sopyan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2015	Analisi Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening	X. Daya tarik wisata,kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung Y. Minat berkunjung wisatawan	Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif	Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang, variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang. variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang pengunjung
9	Erwin Ndakularak, Nyoman Djinar Setiawina, I Ketut Djayastra	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota Di Provinsi Bali	X. Pengeluaran rumah tangga Y. Kesejahteraan masyarakat	Hasil analisis data mengunakan regresi linier berganda,simultan	Pengeluaran rumah tangga untuk makanan, pendidikan dan kesehatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat Kabupeten/Kota di Provinsi Bali
10	Lilian Sarah Hiariey Wildoms Sahusilawane Universitas	Dampak Pariwisata Terhadap Pendapatan Dan Tingkat	X. jumlah anggota keluarga, tingkat pengeluaran, waktu kerja Y. Pendapatan	Analisis data meliputi (1) analisis deskriptif, (2) analisis regresi ganda dengan spesifikasi-log	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan

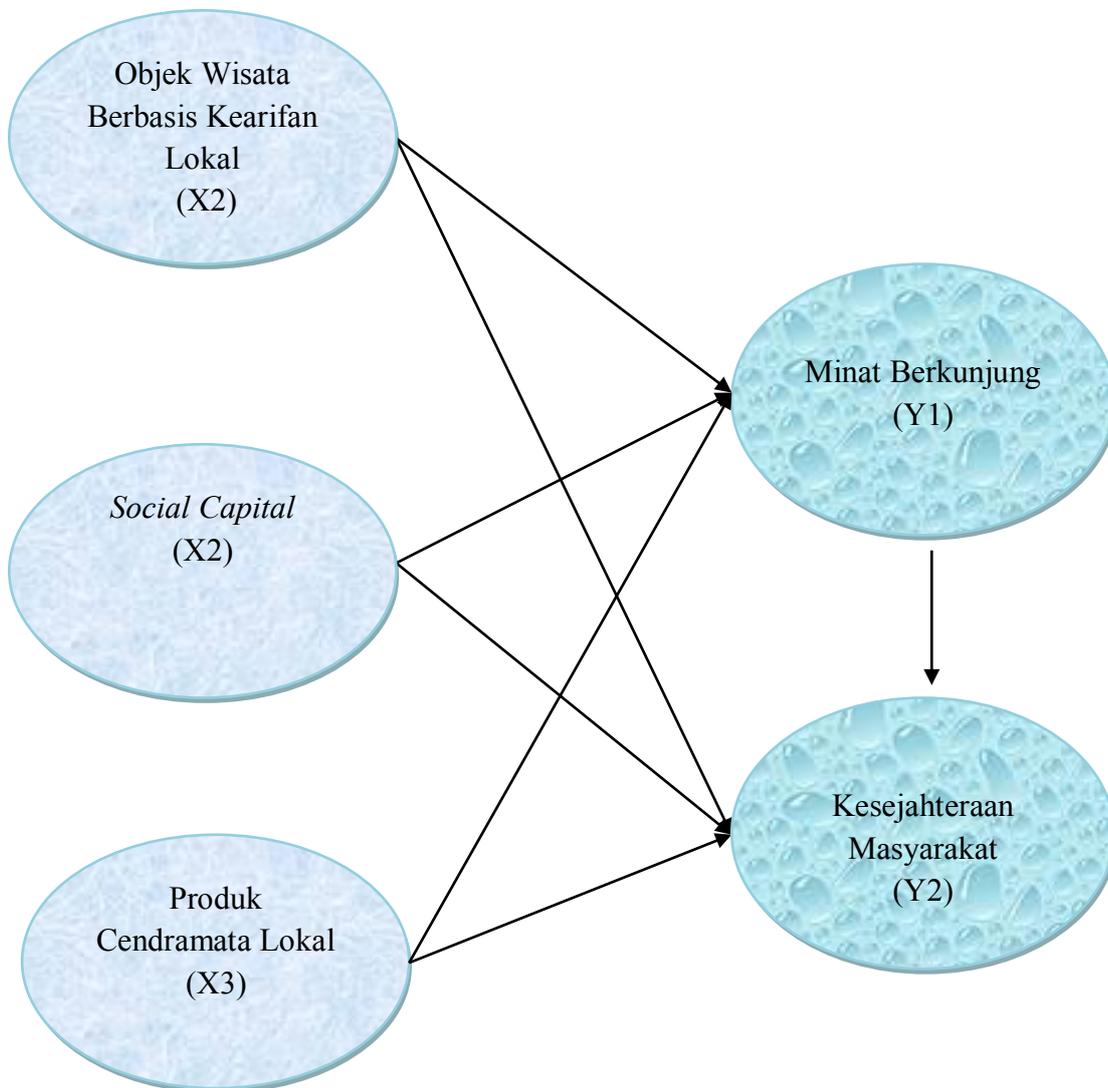
	Terbuka 2013	Kesejahteraan Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Pantai Natsepa, Pulau Ambon		menggunakan teknik Stepwise, dan (3) analisis indikator kesejahteraan SUSENAS-BPS.	kelompok rumah tangga yaitu, jumlah anggota keluarga, tingkat pengeluaran, dan curahan waktu kerja.
11	I Gede Yoga Suastika, INyoman MahaendraY asa Jurusan Ekonomi Pembanguna n Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 2017	Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan Dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Dan Kesejahteraan Masyarakat Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi Bali	X. jumlah wisatawan, lama tinggal, tingkat hunia hotel Y. PAD	Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur atau path analysis.	Pendapatana asli daerah sebagai variabel mediasi hubungan jumlah kunjungan wisatawan, lama tinggal wisatawan dan tingkat hunian hotel berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat.
12	Muhammad Anang Faizal Program Ilmu Ekonomi Studi Pembanguna n Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2015	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kartini, Jepara”.	X. biaya perjalanan, jarak, umur wisatawan Y. Kunjungan wisatawan	Hasil pengujian regresi linier berganda	Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa pendapatan wisatawan, umur wisatawan, jarak dan biaya perjalanan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Kartini.
13	I Gusti Bagus Yogi Sutanegara Bagiana I Nyoman Mahaendra Yasa Jurusan Ekonomi Pembanguna n Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 2017	Pengembangan Desa Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Penglipuran, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli	X. jumlah wisatawan Y. kesejahteraan masyarakat	Penelitian ini berbentuk kuantitatif dan bersifat asosiatif	Hasil penelitian menunjukkan Pengembangan desa wisata, jumlah kunjungan wisatawan dan kesempatan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan kesempatan kerja sebagai variabel mediasi hubungan pengembangan desa

					wisata dan jumlah kunjungan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.
14	Patricia L Sagala Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik- Universitas Riau 17	Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Daerah Tujuan Wisata Danau Toba Sumatera Utara	X. pertunjukan budaya, seni, adat, tari, lukisan, makam tua raja sidabutar, batu kursi persidangan, museum tomok Y. motivasi wisatawan berkunjung	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif	Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa motivasi wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata danau toba yang paling dominan adalah motivasi budaya yakni, a) pertunjukan budaya, b) kebutuhan daya tarik wisata misalnya seperti seni, adat, tari, lukisan dan agama. Sedangkan dari daya tarik wisata lebih dominan adalah daya tarik wisata sejarah yakni, Makan Tua Raja Sidabutar, Batu Kursi Persidangan Siallangan dan Museum Tomok.
15	Maria Bernadetha Ringa , Nyoman Djinar Setiawina2, Made Heny Urmila Dewi A.A.I.N. Marhaeni Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali – Indonesia 2019	Peran Pemerintah, Sektor Swasta Dan Modal Sosial Terhadap Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat di Kota Kupang Nusa Tenggara Timur	X. Norma, kepercayaan, jaringan masyarakat Y. Social Capital	Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif	Empat fitur utama sebagai indikator modal sosial adalah hubungan kepercayaan aturan dan norma umum serta keterbukaan dalam jaringan masyarakat dan kelompok lokal (Pretty and Ward 2001 Pretty 2003; Perreault 2003; Berggren dan Jordahl 2006; Coleman 1988; Grootaert dan Narayan 2004;

					Woolcock dan Narayan 2000; Dasgupta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pembangunan pariwisata berkelanjutan
16	Rusydan Fathy Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 6 No. 1, Januari 2019	Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat I	X. pendidikan, nilai-nilai, norma, kepercayaan, jaringan sosial, kedudukan, kebiasaan Y. Social Capital	Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur	beberapa faktor umum yang mempengaruhi pembentukan modal adalah: kebiasaan, kedudukan (peranan aktor), pendidikan, kelas sosial ekonomi dan nilai-nilai personal. Modal sosial terutama berakar pada gagasan kepercayaan, norma, dan jaringan informal dan percaya
17	Ilham Surgawi 2016	Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata	X. Produk wisata, persepsi harga dan promosi Y. Keputusan berkunjung wisatawan	Menggunakan analisis regresi linear berganda melalui software SPSS 22.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang meliputi produk wisata, persepsi harga dan promosi berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung.
18	Mangihut Siregar Universitas Udayana 2016	Menganalisis Pengaruh Produk Cendramata Lokal Terhadap Tingkat Kunjungan Di	X. Ulos Y. Produk cendramata	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Banyaknya ulos di pasaran menjadikan suatu peluang bagi Orang Batak untuk mengkreasikan ulos sebagai industri

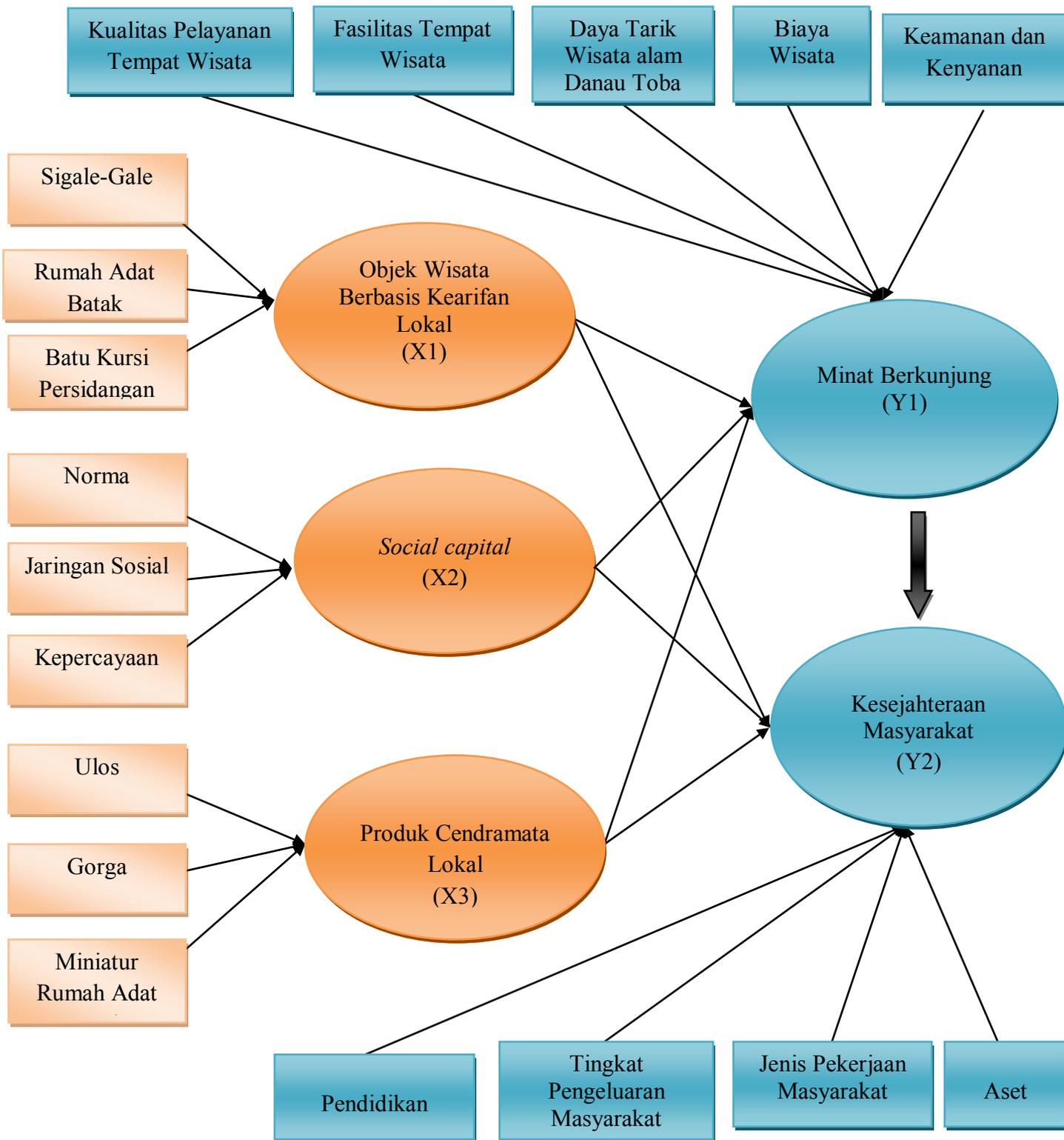
		Desa Siallagan.			<p>kreatif. Fungsi komoditi ulos semakin berkembang yang awalnya dimaknai sebagai penghangat badan lalu menjadi industri budaya. Dari industri budaya laludikembangkan menjadi industri kreatif. Hal ini mereka lakukan untuk menambah pendapatan dari segi ekonomi.</p>
19	Jusni Ansar Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Alauddin Makassar 2017	Budaya Dan Ciri Khas Suku Batak (Studi Analisis Semiotika Foto Cerita Jurnalistik Tentang Ulos)	Y. Buday dan ciri khas batak X. Ulos	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskripsi-interpretatif. Penelitian yang dilakukan menggunakan studi analisis semiotika berdasarkan teori Ferdinand De Saussure</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ulos memiliki nilai estetika seni visual dan sejarah kebudayaan yang unik, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat pada umumnya, dan para desainer serta para fotografer pada khususnya</p>
20	Rarin Karisma Azahra, Parfi Khadiyanto	Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi kasus : Desa Karang Tengah, Kabupaten Bantu)	<p>Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif yang akan didukung dengan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis crosstab</p>	<p>X. Pendapatan, pendidikan, kesehatan Y. Kesejahteraan masyarakat</p>	<p>Hasil dalam penelitian ini adalah hubungan antara tiga indikator yaitu pendapatan, pendidikan, kesehatan dengan desa wisata yang nantinya akan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat.</p>

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 6 Kerangka Berpikir

2.4 Kerangka Konseptual SEM



Gambar 2. 7 Kerangka Konseptual SEM

2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara, yang kebenarannya masih harus dibuktikan. Jawaban sementara ini merupakan masih titik tolak untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan perumusan masalah, maka hipotesis penelitian ini adalah :

1. Objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh terhadap minat berkunjung di desa Siallagan
2. Objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan
3. *Social Capital* berpengaruh terhadap minat berkunjung di desa Siallagan
4. *Social Capital* berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan
5. Produk cendramata lokal berpengaruh terhadap minat berkunjung di desa Siallagan
6. Produk cendramata lokal berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan
7. Minat berkunjung berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal (*causal*), menyebutkan desain kausal berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain, dan juga berguna pada penelitian yang bersifat eksperimen dimana variabel independennya diperlakukan secara terkendali oleh peneliti untuk melihat dampaknya pada variabel dependennya secara langsung.

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Siallagan Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara dengan waktu penelitian direncanakan berikut dari bulan Juni 2020 sampai dengan Maret 2021, dan dapat dilihat pada tabel ini :

Tabel 3. 1 Rencana waktu penelitian

No	Jenis Kegiatan	Mei 2021	Juni 2021	Juli 2021	Agustus 2021	September 2021	Oktober 2021
1	Riset awal/ Pengajuan Judul						
2	Penyusunan Proposal						
3	Seminar Proposal						
4	Perbaikan Acc Proposal						
5	Pengolahan Data						
6	Penyusunan Skripsi						
7	Bimbingan Skripsi						
8	Meja Hijau						

3.3 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut, pendekatan deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan apa yang ada atau yang terjadi di lapangan. Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dilihat dari teori, tetapi dilihat dari fakta-fakta yang ditemukan saat dilapangan

3.4 Populasi Dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini menggunakan dua kriteria, yang pertama adalah pengunjung pada tahun 2020 sebanyak 1.078 pengunjung dan yang kedua adalah masyarakat yang ada di desa Siallagan sebanyak 695 jiwa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi yang betul-betul

representatif (mewakili). Cara pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin ,yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan.

Tingkat kesalahan ditetapkan 5%.

Berikut perhitungannya ukuran sampelnya :

$$n = \frac{1.773}{1 + (1.773 \times 0.05^2)}$$

$$n = \frac{1773}{1 + (1773 \times 0.0025)}$$

$$n = \frac{1.773}{1 + 4,4325}$$

$$n = \frac{1.773}{5,4325}$$

$$n = 326,369075$$

Dari hasil perhitungan diatas maka n = 326,369075 dibulatkan menjadi 326 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan teknik probability sampling: *simple random sampling*.

1. Probability Sampling

Sugiono (2001:57) menyatakan bahwa probability sampling adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampel ini meliputi:

a. Simple Random Sampling

Menurut Sugiyono (2001:57) dinyatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dengan demikian setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpicil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi. Teknik ini dapat digunakan, apabila jumlah populasi terlalu banyak atau jangkauan terlalu luas sehingga tidak memungkinkan bagi kita untuk melakukan pengambilan data pada populasi tersebut. sehingga peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*, dimana peneliti membutuhkan 326 sampel, sedangkan populasi peneliti berjumlah 1.773 orang dengan tingkat kesalahan rumus Slovin 5 %. Setelah mendapatkan sampel pertama, maka nama yang terpilih dikembalikan lagi agar populasi tetap utuh sehingga probabilitas responden berikutnya tetap sama dengan responden pertama. Langkah tersebut kembali dilakukan hingga jumlah sampel memenuhi kebutuhan penelitian.

3.5 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel yang mengandung hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk memperoleh jawaban yang jelas, maka perlu diberikan definisi variabel-variabel yang akan diteliti untuk memudahkan pembuatan kuisisioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Objek Wisata berbasis kearifan lokal (X ₁)	Objek wisata berbasis kearifan lokal adalah suatu objek wisata yang masih kental atau masih memegang teguh kebudayaan, sejarah dan adat istiadatnya	<ul style="list-style-type: none"> • Sigale-gale • Rumah Adat Batak • Batu Kursi Persidangan 	Ratio
<i>Social Capital</i> (X ₂)	<i>Social Capital</i> (Modal Sosial) adalah hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas sumber daya yang terdapat pada setiap individu.	<ul style="list-style-type: none"> • Norma • Pendidikan • Jaringan Sosial • Kepercayaan 	Ratio
Produk Cendramata Lokal (X ₃)	Produk cendramata adalah produk yang diproduksi dan dikonsumsi dalam kaitannya dengan kepariwisataan yang memiliki ciri khas dan keunikan dari produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Ulos • Gorga • Miniatur Rumah Adat Batak 	Ratio
Minat Berkunjung (Y ₁)	Minat/keinginan berkunjung adalah suatu keinginan dari setiap individu atau satu sumber motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukai baik dalam hal berwisata atau kegiatan lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Perjalanan • Kemudahan akses transportasi umum • Keramah tamahan masyarakat • Kebersihan lingkungan ojek wisata • Kemudahan Akses jalan 	Ratio
Kesejahteraan Masyarakat (Y ₂)	Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Pengeluaran Masyarakat • Jenis pekerjaan Masyarakat • Aset 	Ratio

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dari responden dengan bantuan kuesioner yang telah disiapkan. Disamping data primer, dalam penelitian ini juga digunakan data sekunder sebagai data pendukung. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pariwisata dan sumber lainnya yang relevan.

Data yang telah dikumpulkan dari angket kemudian diuji validitas dan reliabilitas. Berikut pengujiannya

1. Uji Validitas. Membentuk pertanyaan-pertanyaan angket yang relevan dengan konsep atau teori dan mengkonsultasikannya dengan ahli (*judgement report*) dalam hal ini didiskusikan dengan pembimbing dan tidak menggunakan perhitungan statistik. Menguji kekuatan hubungan (korelasi) antara skor item dengan skor total variabel dengan menggunakan korelasi *product momet*, jika korelasi signifikan maka butir/item pertanyaan valid. Pengujian valiitas konstruksi ini dilakukan dengan pendekatan sekali jalan (*single trial*). Jika terdapat butir yang tidak valid maka butir tersebut dibuang. Butir yang valid dijadikan pertanyaan angket yang sesungguhnya untuk diberikan pada seluruh responden yang sudah ditentukan sebanyak 200 orang dan sampai instrument butir pertanyaan dinyatakan valid. Untuk menghitung validitas kuesioner digunakan rumus *Product Moment* angka kasar. Arikunto (2006).

$$N_{EXY} - (EX)(EY) \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan :

X = skor soal

Y = skor total

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor soal dan skor total

N = banyak responden

Bila r_{xy} hitung $>$ r_{xy} tabel dengan $dk = N-2$ dengan taraf signifikan ($= 0,05$), maka disimpulkan bahwa butir item disusun sudah valid.

2. Uji Reliabilitas. Untuk mengetahui konsentrasi atau kepercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran maka dilakukan uji reliabilitas. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran variabelnya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu kostruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,600 (Ghozali 2005).

3.7 Metode Analisis Data

Untuk analisis data dari penelitian ini digunakan *Structural equation modeling* (SEM). SEM adalah suatu teknik modeling statistik yang bersifat sangat cross-sectional, linear dan umum. Termasuk dalam SEM ini ialah analisis faktor (*factor analysis*), analisis jalur (*path analysis*) dan regresi (*regression*). *Structural equation modeling* (SEM) berkembang dan mempunyai fungsi mirip dengan regresi berganda, sekalipun demikian SEM menjadi suatu teknik analisis yang lebih kuat karena mempertimbangkan pemodelan interaksi, nonlinearitas, variabel-variabel bebas yang berkorelasi (*correlated independents*),

kesalahan pengukuran, gangguan kesalahan-kesalahan yang berkorelasi (*correlated error terms*), beberapa variabel bebas laten (*multiple latent independents*) dimana masing-masing diukur dengan menggunakan banyak indikator, dan satu atau dua variabel tergantung laten yang juga masing-masing diukur dengan beberapa indikator. Jika terdapat sebuah variabel laten (*unobserved variabel*) akan ada dua atau lebih variabel manifes (indikator/*observed variabel*). Banyak pendapat bahwa sebuah variabel laten sebaiknya dijelaskan oleh paling sedikit tiga variabel manifes. Namun pada sebuah model SEM dapat saja sebuah variabel manifes ditampilkan tanpa harus menyertai sebuah variabel laten.

Dalam alat analisis AMOS, sebuah variabel laten diberi simbol lingkaran atau ellips sedangkan variabel manifes diberi simbol kotak. Dalam sebuah model SEM sebuah variabel laten dapat berfungsi sebagai variabel eksogen atau variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Pada model SEM variabel eksogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang berasal dari variabel tersebut menuju ke arah variabel endogen. Dimana variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independent (eksogen). Pada model SEM variabel eksogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang menuju variabel tersebut. Secara umum sebuah model SEM dapat dibagi menjadi dua bagian utama yaitu *Measurement Model* dan *Strutural Model* . *Measurement model* adalah bagian dari model SEM yang menggambarkan hubungan antar variabel laten dengan indikatornya, alat analisis yang digunakan adalah *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Dalam CFA dapat saja sebuah indikator dianggap tidak secara kuat berpengaruh atau dapat menjelaskan sebuah konstruk. Struktur model menggambarkan hubungan antar

variabel–variabel laten atau antara variabel eksogen dengan variabel laten, untuk mengujinya digunakan alat analisis *Multiple Regression Analysis* untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan di antara variabel – variabel eksogen (independen) dengan variabel endogen (dependen).

1. Asumsi dan Persyaratan Menggunakan SEM

Kompleksitas hubungan antara variabel semakin berkembang seiring berkembangnya ilmu pengetahuan. Keterkaitan hubungan tersebut bersifat ilmiah, yaitu pola hubungan (relasi) antara variabel saja atau pola pengaruh baik pengaruh langsung maupun tak langsung. Dalam prakteknya, variabel-variabel penelitian pada bidang tertentu tidak dapat diukur secara langsung (bersifat laten) sehingga masih membutuhkan berbagai indikator lain untuk mengukur variabel tersebut. Variabel tersebut dinamakan konstruk laten. Permasalahan pertama yang timbul adalah apakah indikator-indikator yang diukur tersebut mencerminkan konstruk laten yang didefinisikan. Indikator-indikator tersebut haruslah dapat dipertanggungjawabkan secara teori, mempunyai nilai logis yang dapat diterima, serta memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik.

Permasalahan kedua adalah bagaimana mengukur pola hubungan atau besarnya nilai pengaruh antara konstruk laten baik secara parsial maupun simultan/serempak; bagaimana mengukur besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total antara konstruk laten. Teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM adalah sebuah evolusi dari model persamaan berganda (regresi) yang dikembangkan dari prinsip

ekonometri dan digabungkan dengan prinsip pengaturan (analisis faktor) dari psikologi dan sosiologi. (Hair *et al.*, 1995). Yamin dan Kurniawan (2009) menjelaskan alasan yang mendasari digunakannya SEM adalah.

- a. SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antara variabel yang bersifat *multiple relationship*. Hubungan ini dibentuk dalam model struktural (hubungan antara konstrak laten eksogen dan endogen).
- b. SEM mempunyai kemampuan untuk menggambarkan pola hubungan antara konstrak laten (*unobserved*) dan variabel manifest (*manifest variable* atau variabel indikator).
- c. SEM mempunyai kemampuan mengukur besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total antara konstrak laten (efek dekomposisi).

2. Konsep Dasar SEM

Beberapa istilah umum yang berkaitan dengan SEM menurut Hair *et al.*(1995) diuraikan sebagai berikut:

a. Konstrak Laten

Pengertian konstrak adalah konsep yang membuat peneliti mendefinisikan ketentuan konseptual namun tidak secara langsung (bersifat laten), tetapi diukur dengan perkiraan berdasarkan indikator. Konstrak merupakan suatu proses atau kejadian dari suatu amatan yang diformulasikan dalam bentuk konseptual dan memerlukan indikator untuk memperjelasnya.

b. Variabel Manifest

Pengertian variabel manifest adalah nilai observasi pada bagian spesifik yang dipertanyakan, baik dari responden yang menjawab pertanyaan (misalnya, kuesioner) maupun observasi yang dilakukan oleh peneliti. Sebagai tambahan, Konstrak laten tidak dapat diukur secara langsung (bersifat laten) dan membutuhkan indikator-indikator untuk mengukurnya. Indikator-indikator tersebut dinamakan variabel manifest. Dalam format kuesioner, variabel manifest tersebut merupakan item-item pertanyaan dari setiap variabel yang dihipotesiskan.

c. Variabel Eksogen, Variabel Endogen, dan Variabel Error

Variabel eksogen adalah variabel penyebab, variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel eksogen memberikan efek kepada variabel lainnya. Dalam diagram jalur, variabel eksogen ini secara eksplisit ditandai sebagai variabel yang tidak ada panah tunggal yang menuju kearahnya. Variabel endogen adalah variabel yang dijelaskan oleh variabel eksogen. *Variabel endogen* adalah efek dari variabel eksogen. Dalam diagram jalur, variabel endogen ini secara eksplisit ditandai oleh kepala panah yang menuju kearahnya. *Variabel error* didefinisikan sebagai kumpulan variabel-variabel eksogen lainnya yang tidak dimasukkan dalam sistem penelitian yang dimungkinkan masih mempengaruhi variabel endogen.

d. Diagram Jalur

Diagram jalur adalah sebuah diagram yang menggambarkan hubungan kausal antara variabel. Pembangunan diagram jalur dimaksudkan untuk memvisualisasikan keseluruhan alur hubungan antara variabel.

e. Koefisien Jalur

Koefisien jalur adalah suatu koefisien regresi terstandardisasi (beta) yang menunjukkan parameter pengaruh dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam diagram jalur. Koefisien jalur disebut juga *standardized solution*. *Standardized solution* yang menghubungkan antara konstruk laten dan variabel indikatornya adalah *faktor loading*.

f. Efek Dekomposisi (Pengaruh Total dan Pengaruh Tak Langsung)

Efek dekomposisi terjadi berdasarkan pembentukan diagram jalur yang bisa dipertanggung jawabkan secara teori. Pengaruh antara konstruk laten dibagi berdasarkan kompleksitas hubungan variabel, yaitu:

1. pengaruh langsung (*direct effects*)

- a. Pengaruh langsung objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap minat berkunjung

$$Y_1 = f(x_1)$$

$$Y_1 = a + b_1x_1 + e$$

- b. Pengaruh langsung objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_1)$$

$$Y_2 = a + b_1x_2 + e$$

- c. Pengaruh langsung *social capital* terhadap minat berkunjung

$$Y_1 = f(x_2)$$

$$Y_1 = a + b_1x_2 + e$$

- d. Pengaruh langsung *social capital* terhadap kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_2)$$

$$Y_2 = a + b_1x_2 + e$$

- e. Pengaruh langsung produk cendramata lokal terhadap minat berkunjung

$$Y_1 = f(x_3)$$

$$Y_1 = a + b_1x_3 + e$$

- f. Pengaruh langsung produk cendramata lokal terhadap kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_3)$$

$$Y_2 = a + b_1x_3 + e$$

- g. Pengaruh langsung minat berkunjung terhadap kesejahteraan masyarakat

$$Y_1 = f(y_2)$$

$$Y_1 = a + b_1y_2 + e$$

- h. Pengaruh langsung objek wisata berbasis kearifan lokal, *social capital*, produk cendramata lokal terhadap minat berkunjung

$$Y_1 = f(x_1, x_2, x_3, x_4)$$

$$Y_1 = a + b_1x_1, b_1x_2, b_1x_3, b_1x_4 + e$$

- i. Pengaruh langsung objek wisata berbasis kearifan lokal, *social capital*, produk cendramata lokal terhadap kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_1, x_2, x_3, x_4)$$

$$Y_2 = a + b_1x_1, b_1x_2, b_1x_3, b_1x_4 + e$$

2. pengaruh tidak langsung (*indirect effects*)

- a. pengaruh tidak langsung objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap minat berkunjung melalui kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_1 y_1)$$

$$Y_2 = x_1 \rightarrow y_1 * y_2 \rightarrow y_2 (x_1 y_1) \cdot (y_1 y_2)$$

$$Y_2 = a * b_1 x_1 * b_2 y_2 + e$$

- b. pengaruh tidak langsung *social capital* terhadap minat berkunjung melalui kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_2 y_1)$$

$$Y_2 = x_2 \rightarrow y_1 * y_1 \rightarrow y_2$$

$$Y_2 = a * b_1 x_2 * b_2 y_1 + e$$

- c. pengaruh tidak langsung produk cendramata lokal terhadap minat berkunjung melalui kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_3 y_1)$$

$$Y_2 = a * b_1 x_2 * b_2 y_1 + e$$

$$Y_2 = x_3 \rightarrow y_1 * y_1 \rightarrow y_2$$

3. pengaruh total (*total effects*)

- a. pengaruh total objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap minat berkunjung melalui kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_1 y_1)$$

$$Y_2 = a + b_1 x_1 + b_2 y_1 + e$$

$$Y_2 = x_1 \rightarrow y_1 + y_1 \rightarrow y_2$$

- b. pengaruh total *social capital* terhadap minat berkunjung melalui kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_2 y_1)$$

$$Y_2 = a + b_1x_2 + b_2y_1 + e$$

$$Y_2 = x_2 \rightarrow y_1 + y_1 \rightarrow y_2$$

- c. pengaruh total produk cendramata lokal terhadap minat berkunjung melalui kesejahteraan masyarakat

$$Y_2 = f(x_3y_1)$$

$$Y_2 = a + b_1x_3 + b_2y_1 + e$$

$$Y_2 = x_3 \rightarrow y_1 + y_1 \rightarrow y_2$$

Pengaruh total merupakan penjumlahan dari pengaruh langsung dan pengaruh tak langsung, sedangkan pengaruh tak langsung adalah perkalian dari semua pengaruh langsung yang dilewati (variabel eksogen menuju variabel endogen). Pada software Amos 22, pengaruh langsung diperoleh dari nilai output *completely standardized solution*, sedangkan efek dekomposisi diperoleh dari nilai output *standardized total and indirect effects*.

3. Prosedur SEM

Menurut Yamin dan Kurniawan (2009), secara umum ada lima tahap dalam prosedur SEM, yaitu spesifikasi model, identifikasi model, estimasi model, uji kecocokan model, dan respesifikasi model; berikut penjabarannya:

a. Spesifikasi Model

Pada tahap ini, spesifikasi model yang dilakukan oleh peneliti meliputi:

1. mengungkapkan sebuah konsep permasalahan peneliti yang merupakan suatu pertanyaan atau dugaan hipotesis terhadap suatu masalah.

2. mendefinisikan variabel-variabel yang akan terlibat dalam penelitian dan mengkategorikannya sebagai variabel eksogen dan variabel endogen.
3. menentukan metode pengukuran untuk variabel tersebut, apakah bias diukur secara langsung (*measurable variable*) atau membutuhkan variabel manifest (*manifest variabel* atau indikator-indikator yang mengukur konstruk laten).
4. mendefinisikan hubungan kausal struktural antara variabel (antara variabel eksogen dan variabel endogen), apakah hubungan strukturalnya *recursive* (searah, $X \rightarrow Y$) atau *nonrecursive* (timbal balik, $X \leftrightarrow Y$).
5. langkah optional, yaitu membuat diagram jalur hubungan antara konstruk laten dan konstruk laten lainnya beserta indikator-indikatornya. Langkah ini dimaksudkan untuk memperoleh visualisasi hubungan antara variabel dan akan mempermudah dalam pembuatan program Amos.

b. Identifikasi Model

Untuk mencapai identifikasi model dengan kriteria *over-identified model* (penyelesaian secara iterasi) pada program Amos 20 dilakukan penentuan sebagai berikut: untuk konstruk laten yang hanya memiliki satu indikator pengukuran, maka koefisien faktor loading (*lamda*, λ) ditetapkan 1 atau membuat *error variance* indikator pengukuran tersebut bernilai nol. λ untuk konstruk laten yang hanya memiliki beberapa indikator pengukuran (lebih besar dari 1 indikator), maka ditetapkan salah satu koefisien faktor loading (*lamda*, λ) bernilai 1.

Penetapan nilai $\lambda = 1$ merupakan justifikasi dari peneliti tentang indikator yang dianggap paling mewakili konstruk laten tersebut. Indikator tersebut disebut juga sebagai *variable reference*. Jika tidak ada indikator yang diprioritaskan (ditetapkan), maka *variable reference* akan diestimasi didalam proses estimasi model.

4. Estimasi Model

Pada proses estimasi parameter, penentuan metode estimasi ditentukan oleh uji Normalitas data. Jika Normalitas data terpenuhi, maka metode estimasi yang digunakan adalah metode *maximum likelihood* dengan menambahkan inputan berupa *covariance matrix* dari data pengamatan. Sedangkan, jika Normalitas data tidak terpenuhi, maka metode estimasi yang digunakan adalah *robust maximum likelihood* dengan menambahkan inputan berupa *covariance matrix* dan *asymptotic covariance matrix* dari data pengamatan (Joreskog dan Sorbom, 1996). Penggunaan input *asymptotic covariance matrix* akan menghasilkan penambahan uji kecocokan model, yaitu *Satorra-Bentler Scaled Chi-Square* dan *Chi-square Corrected For Non-Normality*. Kedua *P-value* uji kecocokan model ini dikatakan *fit* jika *P-value* mempunyai nilai minimum adalah 0,05 . Yamin dan Kurniawan (2009) menambahkan proses yang sering terjadi pada proses estimasi, yaitu *offending estimates* (dugaan yang tidak wajar) seperti *error variance* yang bernilai negatif. Hal ini dapat diatasi dengan menetapkan nilai yang sangat kecil bagi *error variance* tersebut. Sebagai contoh, diberikan input sintaks program SIMPLIS ketika nilai varian dari konstruk bernilai negative.

5 . Uji Kecocokan Model

Menurut Hair *et al.*, SEM tidak mempunyai uji statistik tunggal terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan dalam memprediksi sebuah model. Sebagai gantinya, peneliti mengembangkan beberapa kombinasi ukuran kecocokan model yang menghasilkan tiga perspektif, yaitu ukuran kecocokan model keseluruhan, ukuran kecocokan model pengukuran, dan ukuran kecocokan model struktural. Langkah pertama adalah memeriksa kecocokan model keseluruhan. Ukuran kecocokan model keseluruhan dibagi dalam tiga kelompok sebagai berikut:

a. Ukuran Kecocokan Mutlak (*absolute fit measures*)

Yaitu ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians. Uji kecocokan tersebut meliputi:

1) Uji Kecocokan *Chi-Square*

Uji kecocokan ini mengukur seberapa dekat antara *implied covariance matrix* (matriks kovarians hasil prediksi) dan *sample covariance matrix* (matriks kovarians dari sampel data). Dalam prakteknya, *P-value* diharapkan bernilai lebih besar sama dengan 0,05 agar H_0 dapat diterima yang menyatakan bahwa model adalah baik. Pengujian *Chi-square* sangat sensitif terhadap ukuran data. Yamin dan Kurniawan (2009) menganjurkan untuk ukuran sample yang besar (lebih dari 200), uji ini cenderung untuk menolak H_0 . Namun sebaliknya untuk ukuran sampel yang kecil (kurang dari 100), uji ini cenderung untuk menerima H_0 . Oleh karena itu, ukuran sampel data yang disarankan untuk diuji dalam uji *Chi-square* adalah sampel data berkisar antara 100 – 200.

2) *Goodness-Of-Fit Index (GFI)*

Ukuran GFI pada dasarnya merupakan ukuran kemampuan suatu model menerangkan keragaman data. Nilai GFI berkisar antara 0 – 1. Sebenarnya, tidak ada kriteria standar tentang batas nilai GFI yang baik. Namun bisa disimpulkan, model yang baik adalah model yang memiliki nilai GFI mendekati 1. Dalam prakteknya, banyak peneliti yang menggunakan batas minimal 0,9.

3) *Root Mean Square Error (RMSR)*

RMSR merupakan residu rata-rata antar matriks kovarians/korelasi teramati dan hasil estimasi. Nilai RMSR $< 0,05$ adalah *good fit*.

4) *Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan ukuran rata-rata perbedaan per *degree of freedom* yang diharapkan dalam populasi. Nilai RMSEA $< 0,08$ adalah *good fit*, sedangkan Nilai RMSEA $< 0,05$ adalah *close fit*.

1) *Expected Cross-Validation Index (ECVI)*

Ukuran ECVI merupakan nilai pendekatan uji kecocokan suatu model apabila diterapkan pada data lain (validasi silang). Nilainya didasarkan pada perbandingan antarmodel. Semakin kecil nilai, semakin baik.

2) *Non-Centrality Parameter (NCP)*

NCP dinyatakan dalam bentuk spesifikasi ulang *Chi-square*. Penilaian didasarkan atas perbandingan dengan model lain. Semakin kecil nilai, semakin baik.

b. Ukuran Kecocokan Incremental (*incremental/relative fit measures*)

yaitu ukuran kecocokan model secara relatif, digunakan untuk perbandingan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti. Uji kecocokan tersebut meliputi:

1) *Adjusted Goodness-Of-Fit Index (AGFI)*

Ukuran AGFI merupakan modifikasi dari GFI dengan mengakomodasi *degree of freedom* model dengan model lain yang dibandingkan. AGFI $\geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \geq \text{AGFI} \geq 0,9$ adalah *marginal fit*.

2) *Tucker-Lewis Index (TLI)*

Ukuran TLI disebut juga dengan *nonnormed fit index* (NNFI). Ukuran ini merupakan ukuran untuk perbandingan antarmodel yang mempertimbangkan banyaknya koefisien di dalam model. TLI $\geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \geq \text{TLI} \geq 0,9$ adalah *marginal fit*.

3) *Normed fit index (NFI)*

Nilai NFI merupakan besarnya ketidakcocokan antara model target dan model dasar. Nilai NFI berkisar antara 0–1. NFI $\geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \geq \text{NFI} \geq 0,9$ adalah *marginal fit*.

4) *Incremental Fit Index (IFI)*

Nilai IFI berkisar antara 0 – 1. IFI $\geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \geq \text{IFI} \geq 0,9$ adalah *marginal fit*. *Comparative Fit Index (CFI)* Nilai CFI berkisar antara 0 – 1. CFI $\geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \geq \text{CFI} \geq 0,9$ adalah *marginal fit*.

5) *Relative Fit Index (RFI)*

Nilai RFI berkisar antara 0 – 1. RFI $\geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \geq \text{RFI} \geq 0,9$ adalah *marginal fit*.

c. Ukuran Kecocokan Parsimoni (*parsimonious/adjusted fit measures*)

Ukuran kecocokan parsimoni yaitu ukuran kecocokan yang mempertimbangkan banyaknya koefisien didalam model. Uji kecocokan tersebut meliputi:

1) *Parsimonious Normed Fit Index (PNFI)*

Nilai PNFI yang tinggi menunjukkan kecocokan yang lebih baik. PNFI hanya digunakan untuk perbandingan model alternatif.

2) *Parsimonious Goodness-Of-Fit Index (PGFI)*

Nilai PGFI merupakan modifikasi dari GFI, dimana nilai yang tinggi menunjukkan model lebih baik digunakan untuk perbandingan antar model.

3) *Akaike Information Criterion (AIC)*

Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel.

4) *Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)* Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antar model.

5) *Criteria N (CN)*

Estimasi ukuran sampel yang mencukupi untuk menghasilkan *adequate model fit* untuk *Chi-squared*. Nilai $CN > 200$ menunjukkan bahwa sebuah model cukup mewakili sampel data. Setelah evaluasi terhadap kecocokan keseluruhan model, langkah berikutnya adalah memeriksa kecocokan model pengukuran dilakukan terhadap masing-masing konstruk laten yang ada didalam model. Pemeriksaan terhadap konstruk

laten dilakukan terkait dengan pengukuran konstruk laten oleh variabel manifest (indikator). Evaluasi ini didapatkan ukuran kecocokan pengukuran yang baik apabila:

- a) Nilai t -statistik muatan faktornya (*faktor loading*-nya) lebih besar dari 1,96 (t -tabel).
- b) *Standardized faktor loading (completely standardized solution LAMBDA)* λ 0,5 .

Setelah evaluasi terhadap kecocokan pengukuran model, langkah berikutnya adalah memeriksa kecocokan model struktural. Evaluasi model struktural berkaitan dengan pengujian hubungan antarvariabel yang sebelumnya dihipotesiskan. Evaluasi menghasilkan hasil yang baik apabila:

- a) Koefisien hubungan antarvariabel tersebut signifikan secara statistic (t -statistik t 1,96).
- b) Nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1. Nilai R^2 menjelaskan seberapa besar variabel eksogen yang di hipotesiskan dalam persamaan mampu menerangkan variabel endogen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Desa Siallagan Pindaraya

Kecamatan Simanindo adalah sebuah kecamatan yang terletak di kabupaten Samosir dengan luas wilayah Kabupaten Samosir sebesar 1.444 km². Ibu kota kecamatan ini berada di desa Ambarita. Kecamatan Simanindo mempunyai dua puluh satu (21) desa termasuk desa Siallagan Pindaraya.



Gambar 4. 1 Luas Wilayah Kabupaten Samosir

Jika dilihat melalui peta tersebut, Kecamatan Simanindo merupakan Kecamatan dengan luas wilayah terbesar kedua setelah Kecamatan Hariian dari sembilan Kecamatan Administratif di Kabupaten Samosir. Luas kecamatan Simanindo 198,20 Km² dengan jumlah 19.841 jiwa (2012). Luas kecamatan Simanindo hanya sebesar 13,72 persen dari total luas seluruh Kabupaten Samosir. Desa Siallagan Pindaraya yang terletak di kecamatan Simanindo memiliki luas wilayah 3,10 km dengan persentase terhadap luas Kecamatan mencapai 1,56.

Desa ini merupakan desa yang memiliki wisata budaya yaitu batu kursi persidangan dan banyak pedagang sovenir khas batak, tidak heran jika desa ini hampir setiap harinya ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Jumlah penduduk Desa Siallagan hanya sebanyak 695 jiwa dengan kepadatan penduduk mencapai 1,56 jiwa/km, Penduduk di desa tersebut umumnya bekerja sebagai pedagang, petani dan pemandu wisata.

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Desa Siallagan

No	Mata Pencaharian	Jumlah
1	Petani	65
2	Buruh tani	6
3	Pegawai Negeri Sipil	28
4	Pengrajin	12
5	Nelayan	3
6	Bidan Swasta	1
7	Polri	3
8	Pengusaha	1
9	Guru swasta	42
10	Perangkat desa	10
11	Pengusaha perdagangan hasil bumi	1
12	Buruh usaha jasa transportasi	1
13	Buruh usaha jasa perhotelan	1
14	Pemilik hotel	1
15	Buruh usaha jasa hotel	2
16	Sopir	1
17	Tukang kue	1
18	Karyawan honorer	12
19	Arsitektur	1
20	Karyawan perusahaan swasta	30
21	Wiraswasta	159
22	Wartawan	1
23	Tidak mempunyai pekerjaan tetap	1
24	Pemuka agama	1
25	Akuntan	3
26	Puemawirawan,pensiunan	10
27	Pelajar	199
28	Belum bekerja	73
	Jumlah	695

Sumber: Kantor Kepala Desa Siallagan

4.1.2 Sejarah Desa Siallagan Pindaraya

Terletak di Desa Ambarita di Kecamatan Simanindo di Pulau Samosir, Provinsi Sumatera Utara, terdapat Huta Siallagan, sebuah desa kuno yang sangat memancarkan budaya unik dari kelompok etnis Batak, yang berada di tengah keindahan dramatis Danau Toba yang menakjubkan. Dalam bahasa daerah, Huta berarti pemukiman atau desa, oleh karena itu, Huta Siallagan berarti Desa Siallagan. Sebuah Huta juga mengidentifikasi keluarga atau marga sebagai penghuninya, bahwa dalam hal ini adalah Marga Siallagan. Siallagan adalah keturunan Raja Naimbaton yang mengikuti garis Raja Isumbaon, putra kedua Raja Batak.



Gambar 4. 2 Pintu Masuk Desa Siallagan

Desa Huta Siallagan dibangun pada masa pemerintahan pemimpin Huta pertama yaitu Raja Laga Siallagan, yang kemudian dikembangkan pada masa pewarisnya yaitu Raja Hendrik Siallagan, turun ke keturunan Raja Ompu Batu Ginjang Siallagan. Sejumlah keturunan Raja Siallagan masih tinggal di Desa Ambarita, dimana makam nenek moyang mereka masih dapat ditemukan di daerah tersebut. Huta Siallagan mencakup area seluas 2.400 meter persegi dan dikelilingi oleh tembok batu setinggi 1,5 sampai 2 meter. Dibangun dari batu-batu

terstruktur yang licin, dinding itu dulunya dilengkapi dengan benteng dan bambu yang tajam untuk melindungi desa dari binatang liar dan serangan dari suku lain. Memasuki Huta Siallagan, Anda akan disambut oleh sejumlah rumah tradisional, Bolon dan Sopo yang merupakan rumah tradisional kelompok etnis Batak di Sumatera Utara. Yang membuat Huta Siallagan istimewa adalah adanya dua set batu besar yang diukir di kursi yang mengelilingi sebuah meja batu. Kumpulan artefak furnitur batu yang menakjubkan ini disebut Batu Parsidangan, yang berarti "Batu untuk Rapat dan Pengadilan". Terletak tepat di pusat Huta Siallagan di bawah Pohon Hariara, yang dianggap sebagai pohon kramat oleh orang Batak yang diyakini sudah ada lebih dari 200 tahun.

Ada dua set Batu Parsidangan tempat seseorang biasa melayani sebagai tempat pertemuan resmi, sementara yang lainnya bertugas sebagai tempat eksekusi. Set pertama Batu Parsidangan yang merupakan tempat resmi untuk pertemuan, terdiri dari kursi batu yang tertata rapi yang khusus ditujukan untuk raja, ratu, tetua suku, pemimpin huta tetangga, undangan, dan datu atau pemimpin spiritual. Sedangkan Batu Parsidangan yang kedua memiliki susunan yang serupa namun dengan penambahan meja batu yang panjang, tempat eksekusi berlangsung. Saat ini, Batu Parsidangan dan Huta Siallagan berdiri sebagai warisan zaman kuno. Disini kita bisa belajar tentang budaya dan kepercayaan nenek moyang suku Batak Sumatera Utara.

Sejarah Desa Siallagan menjadi daya tarik terhadap para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan domestik. Seiring berjalannya waktu desa Siallagan semakin dikenal banyak orang baik dari media sosial, masyarakat dan dari sumber lainnya. Saat ini desa Siallagan menjadi salah satu objek wisata yang

diminati oleh pengunjung, dengan bertambahnya jumlah pengunjung di objek wisata ini pemerintah Kabupaten Samosir memberikan dukungan atau mengembangkan objek wisata ini menjadi desa wisata yang wajib dikunjungi oleh wisatawan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Statistik Deskriptif Dan Karakteristik Responden

Statistik deskriptif dan karakteristik responden pada penelitian ini menunjukkan karakteristik responden berdasarkan variabel-variabel penelitian dengan frekuensi sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan pengaruh seseorang baik dalam berpikir, berwisata, mengambil keputusan dan bertindak. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin bertambahnya usia maka semakin tinggi pula wawasan, pengalaman dan pengetahuan serta cara berpikirnya. Untuk mengetahui usia dari 200 responden yang diteliti oleh penulis di Desa Siallagan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Orang	Persen (%)
20-35 tahun	65	32,5
35-40 tahun	34	17,0
40-55 tahun	37	18,5
55-60 tahun	53	26,5
60-65 tahun	11	5,5
Total	200	100,000

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 22

Hasil penelitian berdasarkan tingkat usia pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari jumlah responden yang diteliti sebanyak 200 orang paling banyak didominasi adalah usia 20-35 tahun sebanyak 65 orang (32.5%), hal ini

menunjukkan bahwa jumlah warga dengan usia tersebut masih produktif atau suka berwisata. Sedangkang yang paling rendah adalah usia 60-65 tahun sebanyak 11 orang (5,5%). Untuk 40-55 tahun 37 orang atau (18,5%), untuk 35-40 tahun 34 orang atau (17,0%) dan untuk 55-60 tahun 53 orang atau (26,5%).

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin di ojekt wisata di desan Siallagan, dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi (%)
Laki-laki	87	43,5
Perempuan	113	56,5
Total	200	100.00

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 22

Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin di objek wisata Desa Siallagan yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 113 orang (56,5%). Sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 87 orang (43,5%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan sangat lah penting karna sebuah pendidikan dapat merubah sebuah pemikira seseorang, gambaran umum pendidikan responden yang ada di objek wisata Desa Siallagan, dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Orang	Persen (%)
SD	-	-
SMP	19	9,5
SMA/SMK	146	73,0
Perguruan Tinggi	35	17,5
Total	200	100,000

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas diketahui bahwa sebagian besar tingkat pendidikan responden masih dominan lulusan SMA/SMK sebanyak 127 (63,5%), untuk tingkat pendidikan SD sebanyak 19 orang atau (9,5%), untuk tingkat pendidikan SMP sebanyak 19 orang atau (9,5%), dan untuk tingkat pendidikan perguruan tinggi sebanyak 35 orang atau (17,5%) masih cukup rendah dibandingkan dengan tingkat pendidikan SMA/SMK yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu ekonomi, tidak ada dukungan orang tua, dan sebagian besar berfikir bahwa lebih baik langsung mencari pekerjaan setelah tamat SMA/SMK karena mereka berfikir bahwa tamat SMA/SMK atau tamat perguruan tinggi (sarjana) sama-sama sulit dalam mencari pekerjaan pada saat ini.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambaran responden berdasarkan pekerjaan yang ada pada objek wisata di desa Siallagan, dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Orang	Persen (%)
Pedagang	52	26,0
Wiraswasta	93	46,5
Petani	45	22,5
Guru	10	5,0
Total	200	100,00

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan pada tabel 4.5 di atas diketahui bahwa tingkat pekerjaan responden dibidang wiraswasta lebih banyak dengan total 93 atau (46,5%) dibandingkan dengan tingkat pekerjaan lainnya yaitu pedagang sebanyak 52 (26,0%), petani sebanyak 45 (22,5%) dan guru 10 orang (5,0%).

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Status responde

Gambaran responden berdasarkan status responden yang ada pada objek wisata di desa Siallagan, dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status responden

Status Responden	Jumlah Orang	Persen (%)
Masyarakat	100	100,0
Wisatawan	100	100,0
Total	200	100,00

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 22

Dapat diketahui dari Tabel 4.6 diatas diketahuilah bahwa hasil penelitian penulis berdasarkan hasil penelitian bahwa jumlah satatus responden sama-sama memiliki nilai yang sama dimana masyarakat sebanyak 100 orang atau (100,0%) dan wisatawan sebanyak 100 orang atau (100,0%).

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Total Berkunjung

Gambaran responden berdasarkan total berkunjung yang ada pada objek wisata di desa Siallagan, dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Total Berkunjung

Total Berkunjung	Jumlah	Persen (%)
Satu kali	96	48,0
Dua kali	91	45,5
Tiga kali	13	6,5
Total	200	100,00

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 22

Dapat diketahui dari Tabel 4.7 diatas diketahuilah bahwa hasil penelitian penulis berdasarkan total berkunjung ke objek wisata di desa Siallagan yang paling banyak adalah sebanyak satu kali (1) dengan jumlah 96 kali atau (48,0%), untuk total berkunjung dua kali (2) dengan jumlah 91 kali atau (45,5%) dan untuk yang tiga kali berkunjung dengan jumlah 13 kali atau (6,5%). Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata desa Siallagan banyak diminati pengunjung.

a. Tabulasi Objek wisata berbasis kearifan lokal (X1)

Menurut SK. MENPARPOSTEL No : KM. 98/PW.102/MPPT-87, Obyek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Menurut Damardjati dalam Pambudi (2010), wisata budaya adalah gerak atau kegiatan wisata yang dirangsang oleh adanya objek-objek wisata berwujud hasil-hasil seni budaya setempat, seperti adat istiadat, upacara-upacara, agama, tata hidup masyarakat setempat, peninggalan-peninggalan sejarah, hasil-hasil seni dan lainnya.

Berdasarkan indikator 1 (Sigale-gale)

1. Sigale-Gale Objek Wisata Berbasis Budaya

Tabel 4. 8 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Sigale-Gale Sudah Menjadi Objek Wisata Berbasis Budaya

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	95	47,5
Sangat Setuju	5	105	52,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 105 orang atau (52,5%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 95 orang atau (47,5%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

2. Sigale-Gale Salah Satu Wawasan Sejarah Budaya Batak

Tabel 4. 9 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Sigale-Gale Memberikan Wawasan Mengenai Sejarah Budaya Batak Kepada Anda

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	103	51,5
Sangat Setuju	5	97	48,5
Jumlah		200	100

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 103 orang atau (51,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 97 orang atau (48,5%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan Indikator 2 (Rumah Adat Batak)

3. Rumah Adat Batak objek wisata berbasis budaya

Tabel 4. 10 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Rumah Adat Batak sudah menjadi objek wisata berbasis budaya

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	101	50,5
Sangat Setuju	5	99	49,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 101 orang atau (50,5%), untuk bobot 5 (setuju) yaitu sebanyak 99 orang atau (49,5%), sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

4. Menariknya Bentuk Khas Rumah Adat Batak

Tabel 4. 11 Tabulasi Jawaban Responden Bentuk Ke-Khasan Dari Rumah Adat Batak Di Desa Siallagan Menarik Perhatian Anda

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	119	59,5
Sangat Setuju	5	81	40,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 119 orang atau (59,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 81 orang atau (40,5%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan indikator 3 (Batu Kursi Persidangan)

5. Batu Kursi Persidangan Objek Wisata Berbasis Budaya

Tabel 4. 12 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Batu Kursi Persidangan Sudah Menjadi Objek Wisata Berbasis Budaya

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	84	42,0
Sangat Setuju	5	116	58,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 116 orang atau (58,0%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 84 orang atau (42,0%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

6. Cerita Sejarah Asal Mula Objek Wisata Batu Kursi Persidangan

Tabel 4. 13 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Anda Tertarik Dengan Cerita Sejarah Asal Mula Objek Wisata Batu Kursi Persidangan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	99	49,5
Sangat Setuju	5	101	50,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 101 orang atau (50,5%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 99 orang atau (49,5%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

b. Tabulasi *Social Capital* (X2)

Modal sosial adalah berupa tingkat kepercayaan, rasa percaya, norma dan jaringan kerja baik informal maupun formal yang ada di masyarakat mempunyai peran yang cukup penting dan dapat memicu peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi (James Coleman, Pierre Bourdieu, Robert Putnam, 1990, 1993, 1995), dan (Francis Fukuyama, 1999).

Berdasarkan Indikator 1 (Norma)

1. Melestarikan Budaya Dan Hukum Adat Batak

Tabel 4. 14 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Budaya Dan Hukum Adat Batak Di Desa Siallagan Masih Dilestarikan Sampai Saat Ini

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	96	48,0
Sangat Setuju	5	104	52,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 106 orang atau (52,0%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 96 orang atau (48,0%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

2. Melestarikan Kata Horas Dalam Menyapa Dan Memberi Salam

Tabel 4. 15 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Kata Horas Untuk Memberi Salam Dan Menyapa Dalam Budaya Adat Batak Masih Dilestarikan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	28	14,0
Setuju	4	76	38,0
Sangat Setuju	5	96	48,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 96 orang atau (48,0%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 76 orang atau (38,0%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 28 orang atau (14,0%) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden

Berdasarkan Indikator 2 (Jaringan Sosial)

3. Melakukan Gotong Royong

Tabel 4. 16 Tabulasi Jawaban Responden Melakukan Gotong Royong Untuk Membantu Pengembangan Objek Wisata

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	18	9,0
Setuju	4	77	38,5
Sangat Setuju	5	105	52,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 105 orang atau (52,5%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 77 orang atau (38,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 18 orang atau (9,0%) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

4. Saling Sapa Menyapa

Tabel 4. 17 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Adanya Interaksi Saling Menyapa Antar Pengunjung Dan Masyarakat

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	32	16,0
Setuju	4	111	55,5
Sangat Setuju	5	57	28,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 111 orang atau (55,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 57 orang atau (28,50%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 32 orang atau (16,0%) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan Indikator 3 (Kepercayaan)

5. Melestarikan Budaya, Agama Dan Adat Istiadat Batak Toba

Tabel 4. 18 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Budaya, Agama Dan Adat Istiadat Di Desa Siallagan Masih Dilestarikan Dan Terjalin Dengan Baik

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	86	43,0
Sangat Setuju	5	114	57,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 114 orang atau (57,0%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 86 orang atau (43,0%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

6. Menariknya Budaya Dan Adat Istiadat Suku Batak Toba

Tabel 4. 19 Tabulasi Jawaban Responden Budaya Dan Adat Istiadat Suku Batak Menarik Bagi Anda

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	87	43,5
Sangat Setuju	5	113	56,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 113 orang atau (56,5%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 87 orang atau (43,5%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

c. Tabulasi Produk cenderamata lokal (X3)

Produk cenderamata pariwisata adalah produk yang diproduksi dan dikonsumsi dalam kaitannya dengan kepariwisataan. Produk ini lebih dalam pemahamannya dari sekedar produk souvenir yang terbatas pada kriteria kecil, ringan dan murah, namun juga berkaitan dengan nilai sosial dan budaya yang direpresentasikan berdasarkan karakteristik kawasan wisata tertentu.

Berdasarkan Indikator 1 (Ulos)

1. Ulos Menarik Bagi Konsumen

Tabel 4. 20 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Ulos Masih Diminati Oleh Wisatawan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	105	52,5
Sangat Setuju	5	95	47,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 105 orang atau (52,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 95 orang atau (47,5%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

2. Melestarikan Ulos

Tabel 4. 21 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Ulos Masih Dilestarikan Dan Dibuat Oleh Masyarakat Lokal

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	112	56,0
Sangat Setuju	5	88	44,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 112 orang atau (56,0%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 88 orang atau (44,0%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan Indikator 2 (Gorga)

3. Gorga Menarik Bagi Konsumen

Tabel 4. 22 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Gorga Masih Diminati Oleh Wisatawan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	28	14,0
Setuju	4	89	44,5
Sangat Setuju	5	83	41,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 89 orang atau (44,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 83 orang atau (41,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 28 orang atau (14,0%) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

4. Melestarikan Gorga

Tabel 4. 23 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Gorga Masih Dilestarikan Dan Dibuak Oleh Masyarakat Lokal

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	47	23,5
Setuju	4	104	52,0
Sangat Setuju	5	49	24,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 104 orang atau (52,0%), untuk bobot 5 (setuju) yaitu sebanyak 49 orang atau (24,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 47 orang atau (23,5%) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan Indikator 3 (Miniatur rumah adat batak)

5. Miniatur Rumah Adat Batak Menarik Bagi Konsumen

Tabel 4. 24 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Miniatur Rumah Adat Batak Masih Diminati Oleh Wisatawan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	28	14,0
Setuju	4	73	36,5
Sangat Setuju	5	99	49,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 99 orang atau (49,5%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 73 orang atau (36,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 28 orang atau (14,0%) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

6. Melestarikan Miniatur Rumah Adat Batak

Tabel 4. 25 Tabulasi Jawaban Responden Miniatur Rumah Adat Batak Masih Dilestarikan Dan Dibuat Oleh Masyarakat Lokal

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	9	4,5
Setuju	4	101	50,5
Sangat Setuju	5	90	45,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 101 orang atau (50,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 90 orang atau (45,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 9 orang atau (4,5) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

d. Tabulasi Minat Berkunjung (Y1)

Menurut Setyo Putra dalam Aviolitasona (2017), minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan, sedangkan menurut Asdi dakam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata.

Berdasarkan Indikator 1(Kualitas Pelayanan Tempat Wisata)

1. Pengunjung Dan Masyarakat Saling Berinterkasi Dengan Saling Sapa

Tabel 4. 26 Tabulasi Jawaban Responden Anda Selalu Menyapa Pengunjung Yang Berkunjung Dan Sebaliknya Pengunjung Menyapa Anda

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	38	19,0
Setuju	4	95	47,5
Sangat Setuju	5	67	33,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 95 orang atau (47,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 67 orang atau (33,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 (ragu-ragu) yaitu sebanyak 38 orang atau (19,0%) sedangkan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

2. Bila Desa Dikunjungi Oleh Wisatawan

Tabel 4. 27 Tabulasi Jawaban Responden Anda Merasa Senang Bila Desa Anda Dikunjungi Oleh Pemandang Baik Dari Dalam Maupun Dari Luar

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	78	39,0
Sangat Setuju	5	122	61,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 122 orang atau (61,0%), untuk bobot 4 (setuju)

yaitu sebanyak 78 orang atau (39,0%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden

Berdasarkan Indikator 2 (Fasilitas Tempat Wisata)

3. Memadainya Fasilitas Umum

Tabel 4. 28 Tabulasi Jawaban Responden Fasilitas Umum (Toilet, Parkiran, Rumah Makan) Yang Tersedia Di Objek Wisata Desa Siallagan Sudah Memadai

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	93	46,5
Sangat Setuju	5	107	53,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 107 orang atau (53,5%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 92 orang atau (46,0%),sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden

4. Fasilitas Umum Layak Digunakan

Tabel 4. 29 Tabulasi Jawaban Responden Fasilitas Seperti Toilet, Parkiran, Tempat Duduk Yang Tersedia Di Objek Wisata Desa Siallagan Layak Untuk Digunakan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	112	56,0
Sangat Setuju	5	88	44,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 112 orang atau (56,0%), untuk bobot 5 (sangat setuju)

yaitu sebanyak 88 orang atau (44,0%), sedangkan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden

Berdasarkan Indikator 3 (Daya Tarik Wisata Alam Danau Toba)

5. Menariknya Pemandang Alam Danau Toba

Tabel 4. 30 Tabulasi Jawaban Responden Pemandangan Alam Danau Toba Menarik Bagi Anda

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	78	39,0
Sangat Setuju	5	122	61,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 122 orang atau (61,0%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 78 orang atau (39,0%), dan untuk responden 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden

6. Panorama Wisata Alam Danau Toba

Tabel 4. 31 Tabulasi Jawaban Responden Panorama Wisata Alam Danau Toba Memberikan Kenyamanan Dan Ketenangan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	5	2,5
Setuju	4	74	37,0
Sangat Setuju	5	121	60,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 121 orang atau (60,5%), untuk bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 74 orang atau (37,0%), untuk responden terkecil berada di bobot

ke 3 yaitu sebanyak 5 orang (2,5%) dan untuk responden 1 dan 2 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan Indikator 4 (Biaya Wisata)

7. Terjangkaunya Harga Transportasi

Tabel 4. 32 Tabulasi Jawaban Responden Harga Transportasi Ke Tempat Wisata Desa Siallagan Terjangkau

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	126	63,0
Sangat Setuju	5	74	37,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 126 orang atau (63,0%), untuk bobot 5 (sangat setuju) sebanyak 74 orang (37,0%), untuk bobot 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden

8. Terjangkaunya Harga Tiket Masuk

Tabel 4. 33 Tabulasi Jawaban Responden Harga Tiket Masuk Ke Objek Wisata Desa Siallagan Terjangkau

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	120	60,0
Sangat Setuju	5	80	40,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 120 orang atau (60,0%), untuk bobot 5 (sangat setuju)

sebanyak 80 orang (40,0%), untuk bobot 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan Indikator 5 (Keamanan Dan Kenyamanan)

9. Objek Wisata Desa Siallagan Aman Dikunjungi

Tabel 4. 24 Tabulasi Jawaban Responden Objek Wisata Desa Siallagan Aman Dan Nyaman Untuk Dikunjungi

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	104	52,0
Sangat Setuju	5	96	48,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 104 orang atau (52,0%), untuk bobot 5 (sangat setuju) sebanyak 96 orang (48,0%), untuk bobot 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

10. Terjaminnya Keamanan Dan Kenyamanan

Tabel 4. 35 Tabulasi Jawaban Responden Keamanan Dan Kenyamanan Di Desa Siallagan Sudah Terjamin

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	116	58,0
Sangat Setuju	5	84	42,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 116 orang atau (58,0%), untuk bobot 5 (sangat setuju)

sebanyak 84 orang (42,0%), untuk bobot 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

11. Berkunjung Kembali

Tabel 4.36 Tabulasi Jawaban Responden Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Siallagan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	7	3,5
Ragu-Ragu	3	40	20,0
Setuju	4	83	41,5
Sangat Setuju	5	84	35,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 84 orang atau (35,0%), untuk bobot 4 (setuju) sebanyak 83 orang (41,5%), untuk bobot 3 (ragu-ragu) sebanyak 40 orang (20,0%) untuk hasil responden terkecil berada di bobot ke 2 (tidak setuju) sebanyak 7 orang (3,5%), untuk jawaban responden 1 tidak memiliki jawaban responden.

e. Tabulasi Kesejahteraan Masyarakat (Y2)

Kesejahteraan masyarakat yaitu suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan dasar yang terlihat dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan akan sandang (pakaian) dan pangan (makanan), pendidikan, dan kesehatan, atau keadaan dimana seseorang mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani (Todaro dan Stephen C.smith).

Berdasarkan Indikator 1 (Tingkat Pengeluaran Konsumsi)

1. Tingkat Pengeluaran Konsumsi

Tabel 4. 37 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pengeluaran Konsumsi Anda Selama Perhari ≥ 200

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	7	3,5
Tidak Setuju	2	69	45,5
Ragu-Ragu	3	60	30,0
Setuju	4	45	22,5
Sangat Setuju	5	19	9,5
Jumlah		200	100

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 2 (tidak setuju) yaitu sebanyak 69 orang atau (45,5%), untuk bobot 3 (ragu-ragu) sebanyak 60 orang (30,0%), untuk bobot 4 (setuju) sebanyak 45 orang atau (22,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) sebanyak 19 orang atau (9,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 1 yaitu sebanyak 7 orang (3,5%).

2. Pengeluaran Konsumsi Tergantung Pada Pendapatan

Tabel 4. 38 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pengeluaran Konsumsi Anda Tergantung Pada Besar/Kecilnya Pendapatan Yang Anda Terima

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	45	22,5
Tidak Setuju	2	28	14,0
Ragu-Ragu	3	21	10,5
Setuju	4	35	17,5
Sangat Setuju	5	71	35,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 5 (sangat setuju) yaitu sebanyak 71 orang atau (35,5%), untuk bobot 1 (sangat tidak setuju) sebanyak 45 orang (25,5%), untuk bobot 4 (setuju) sebanyak 35 orang atau

(17,5%), untuk bobot 2 (tidak setuju) sebanyak 28 orang atau (14,0%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 3 yaitu sebanyak 21 orang (10,5%).

Berdasarkan Indikator 2 (Jenis Pekerjaan)

3. Pendapatan Yang Diterima Tergantung Pada Pekerjaan

Tabel 4. 39 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pekerjaan Anda Saat Ini Dapat Menentukan Tinggi Rendahnya Pendapatan Yang Diterima

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	153	76,5
Sangat Setuju	5	47	23,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 153 orang atau (76,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) sebanyak 47 orang (23,5%), sedangkan bobot 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

4. Pekerjaan Saat Ini Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Hidup

Tabel 4. 40 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Pekerjaan Yang Anda Tekuni Saat Ini Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Hidup Anda

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	3	1,5
Ragu-Ragu	3	45	22,5
Setuju	4	83	41,5
Sangat Setuju	5	69	34,5
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 83 orang atau (41,5%), untuk bobot 5 (sangat setuju) sebanyak 69 orang (34,5%), untuk bobot 3 (ragu-ragu) sebanyak 45 orang atau

(22,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 2 yaitu sebanyak 3 orang (1,5%) sedangkan bobot 1 tidak memiliki jawaban responden.

Berdasarkan Indikator 3 (Aset)

5. Menjamin Kesejahteraan Hidup

Tabel 4. 41 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Ladang, Kebun, Rumah Yang Dimiliki Dapat Menjamin Kesejahteraan Hidup

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	6	3,0
Ragu-Ragu	3	58	29,5
Setuju	4	73	36,5
Sangat Setuju	5	63	31,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 73 orang atau (36,5%), untuk bobot 5 (setuju) sebanyak 63 orang (31,5%), untuk bobot 3 (ragu-ragu) sebanyak 58 orang atau (29,5%), untuk responden terkecil berada di bobot ke 2 yaitu sebanyak 6 orang (3,0%) sedangkan bobot 1 tidak memiliki jawaban responden.

6. Mengukur Tingkat Kesejahteraan Hidup

Tabel 4. 42 Tabulasi Jawaban Responden Apakah Mobil, Motor, Perhiasan Yang Ada Miliki Dapat Mengukur Tingkat Kesejahteraan Hidup

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Tidak Setuju	2	-	-
Ragu-Ragu	3	-	-
Setuju	4	108	54,0
Sangat Setuju	5	92	46,0
Jumlah		200	100,00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 200 sampel yang di ambil di Desa Siallagan dengan tanggapan responden terbesar berada di bobot 4 (setuju) yaitu sebanyak 108 orang atau (54,0%), untuk bobot 5 (sangat setuju)

sebanyak 92 orang (46,0%), sedangkan bobot 1,2 dan 3 tidak memiliki jawaban responden.

4.2.2 Hasil Uji Validitas Dan Uji Realibilitas

a. Uji Validitas.

Untuk membentuk pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang relevan dengan konsep atau teori dan mengkonsultasikannya dengan ahli (*judgement report*) yaitu didiskusikan dengan pembimbing dan tidak menggunakan perhitungan statistik. Menguji kekuatan hubungan (korelasi) antara skor item dengan skor total variabel dengan menggunakan korelasi *product momet*, jika korelasi signifikan maka butir atau item pertanyaan valid. Untuk pengujian validitas konstruksi ini dilakukan menggunakan pendekatan sekali jalan (*single trial*). Jika ada butir yang tidak valid maka butir tersebut dibuang. Hipotesis yang diajukan adalah:

H0 : Skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

H1 : Skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan **sig. (2-tailed) t** dengan **level of test (α)**. Terima H0 bila **sig. t $\geq \alpha$** dan tolak H0 (terima H1) bila **sig. t $< \alpha$** . Dalam pengujian validitas ini akan digunakan *level of test* (α) = 0,05. Atau bila nilai validitas > 0,3 (Sugiyono,2008) maka pertanyaan dinyatakan valid. Berikut ini uji validitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.) Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 43 Hasil Analisis Item Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.604	0,3	Valid
butir 2	.598	0,3	Valid
butir 3	.456	0,3	Valid
butir 4	.397	0,3	Valid
butir 5	.379	0,3	Valid
butir 6	.433	0,3	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.43 di atas dapat diketahui nilai validitas pertanyaan untuk objek wisata berbasis kearifan lokal seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari 0,3.

2.) *Social Capital* (Modal Sosial)

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 44 Hasil Analisis Item *Social Capital* (Modal Sosial)

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.460	0,3	Valid
butir 2	.517	0,3	Valid
butir 3	.505	0,3	Valid
butir 4	.405	0,3	Valid
butir 5	.391	0,3	Valid
butir 6	.557	0,3	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.44 di atas dapat diketahui nilai validitas pertanyaan untuk *social capital* (modal sosial) seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari 0,3.

3.) Produk Cendramata Lokal

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 35 Hasil Analisis Item Produk Cendramata Lokal

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.584	0,3	Valid
butir 2	.587	0,3	Valid
butir 3	.482	0,3	Valid
butir 4	.394	0,3	Valid
butir 5	.382	0,3	Valid
butir 6	.427	0,3	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.45 di atas dapat diketahui nilai validitas pertanyaan untuk produk cendramata lokal seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari 0,3.

4.) Minat berkunjung

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 46 Hasil Analisis Item Minat berkunjung

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.447	0,3	Valid
butir 2	.531	0,3	Valid
butir 3	.531	0,3	Valid
butir 4	.427	0,3	Valid
butir 5	.422	0,3	Valid
butir 6	.509	0,3	Valid
butir 7	.328	0,3	Valid
butir 8	.495	0,3	Valid
butir 9	.435	0,3	Valid
butir 10	.406	0,3	Valid
butir 11	.365	0,3	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.46 di atas dapat diketahui nilai validitas pertanyaan untuk minat berkunjung seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari 0,3.

5.) Kesejahteraan Masyarakat

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 47 Hasil Analisis Item Kesejahteraan Masyarakat

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.725	0,3	Valid
butir 2	.370	0,3	Valid
butir 3	.623	0,3	Valid
butir 4	.647	0,3	Valid
butir 5	.715	0,3	Valid
butir 6	.713	0,3	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.47 di atas dapat diketahui nilai validitas pertanyaan untuk kesejahteraan masyarakat seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari 0,3

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji untuk mengetahui konsentrasi atau kepercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan dalam pengukuran maka dilakukan uji reliabilitas. Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Dalam penelitian ini pengukuran variabelnya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antara pertanyaan dan jawaban. Suatu kostruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 (Ghozali dalam Agung 2018). Berikut ini uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1) Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 48 Hasil Analisis Item Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.664	0,6	Reliabel
butir 2	.665	0,6	Reliabel
butir 3	.707	0,6	Reliabel
butir 4	.725	0,6	Reliabel
butir 5	.731	0,6	Reliabel
butir 6	.714	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.48 diatas dapat bahwa nilai reliabilitas dari pertanyaan untuk variabel objek wisata berbasis kearifan lokal seluruhnya sudah memiliki nilai reliabilitas setiap butir lebih besar dari 0,6.

2) *Social Capital* (Modal Sosial)

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 49 Hasil Analisis Item *Social Capital* (Modal Sosial)

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.700	0,6	Reliabel
butir 2	.682	0,6	Reliabel
butir 3	.686	0,6	Reliabel
butir 4	.714	0,6	Reliabel
butir 5	.719	0,6	Reliabel
butir 6	.676	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.49 di atas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas dari pertanyaan untuk variabel *social capital* (modal sosial) seluruhnya sudah memiliki nilai reliabilitas setiap butir lebih besar dari 0,6.

3) Produk Cendramata Lokal

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 50 Hasil Analisis Item Produk Cendramata Lokal

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.668	0,6	Reliabel
butir 2	.667	0,6	Reliabel
butir 3	.698	0,6	Reliabel
butir 4	.724	0,6	Reliabel
butir 5	.728	0,6	Reliabel
butir 6	.714	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.50 di atas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas dari pertanyaan untuk variabel produk cendramata lokal seluruhnya sudah memiliki nilai reliabilitas setiap butir lebih besar dari 0,6.

4) Minat Berkunjung

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 51 Hasil Analisis Item Minat Berkunjung

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.736	0,6	Reliabel
butir 2	.727	0,6	Reliabel
butir 3	.726	0,6	Reliabel
butir 4	.739	0,6	Reliabel
butir 5	.738	0,6	Reliabel
butir 6	.728	0,6	Reliabel
butir 7	.750	0,6	Reliabel
butir 8	.731	0,6	Reliabel
butir 9	.738	0,6	Reliabel
butir 10	.741	0,6	Reliabel
butir 11	.790	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari Tabel 4.51 di atas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas dari pertanyaan untuk variabel minat berkunjung seluruhnya sudah memiliki nilai reliabilitas setiap butir lebih besar dari 0,6.

5) Kesejahteraan Masyarakat

Hasil analisis item dari SPSS ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 52 Hasil Analisis ItemKesejahteraan Masyarakat

	Corrected Item-Total Correlation	Standar	Keterangan
butir 1	.746	0,6	Reliabel
butir 2	.884	0,6	Reliabel
butir 3	.779	0,6	Reliabel
butir 4	.773	0,6	Reliabel
butir 5	.757	0,6	Reliabel
butir 6	.762	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 22

Dari tabel 4.52 diatas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas dari pertanyaan untuk variabel kesejahteraan masyarakat seluruhnya sudah memiliki nilai reliabilitas setiap butir lebih besar dari 0,6.

4.2.3 Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM)

Aluasi ketetapan terhadap model pada dasarnya telah dilakukan ketika model diestimasi pada IBM-AMOS dengan Versi 22. Evaluasi lengkap pada model ini dengan mempertimbangkan pemenuhan terhadap asumsi di dalam *Struktural Equation Modelling (SEM)* yaitu seperti dalam uraian sebagai berikut. Analisis datang dengan menggunakan SEM dipilih penulis karena analisis statistik ini merupakan teknik multivariate yang dikombinasikan dengan aspek regresi berganda dan analisis faktor untuk mengestimasi serangkaian hubungan saling ketergantungan secara simultan (Hair *et al.*, 1998 dalam Agung 2018). Selain itu juga metode analisis data dengan menggunakan SEM memiliki keunggulan dalam mengetahui kesalahan dalam pengukuran dan estimasi parameter. Dengan analisis data dengan SEM dapat mempertimbangkan kesalahan model pengukuran dan model persamaan struktural secara simultan.

Sebelum dilakukanya analisis data, terlebih dahulu harus lah dilakukan pengujian yang digunakan untuk mendekteksi kemungkinan data yang akan digunakan tidak valid digunakan sebagai pengambilan keputusan. Dalam pengujian data meliputi pendekteksian terhadap adanya *nonresponse* bias, kemungkinan adanya dilanggarnya asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dengan menggunakan metode estimasi *maximum likelihood* dengan menggunakan model persamaan struktural, juga uji reliabilitas dan validitas data.

Structural Equation Modeling (SEM) berkembang dan memiliki fungsi yang hampir sama dengan metode regresi berganda, namun metode SEM memiliki teknik analisis yang lebih kuat karena mempertimbangkan pemodelan interaksi, nonlinearitas, variabel-variabel bebas yang berkorelasi (*correlated independents*), kesalahan pengukuran, gangguan kesalahan-kesalahan yang berkorelasi (*correlated error terms*), beberapa variabel bebas laten (*multiple latent independents*) maka masing-masing diukur dengan menggunakan banyak indikator, satu atau dua variabel tergantung laten juga masing-masing akan diukur dengan beberapa indikator. Jika terdapat sebuah variabel laten (*unobserved variabel*) maka akan ada dua atau lebih variabel manifes (*indikator/observed variabel*).

1. Model Bersifat Aditif

Dalam penggunaan metode SEM, asumsi model harus lah bersifat aditif yang dapat dibuktikan memlalui kajian teori dan penemuan dalam penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai rujukan dalam sebuah penelitian. Kajian teoritis dan juga empiris membuktikan bahwa setiap semua hubungan yang dirancang melalui hubungan hipotetik telah bersifat aditif dan dengan demikian

asumsi jika hubungan bersifat aditif telah dipenuhi. Sehingga, diupayakan agar secara konseptual dan teoritis tidak terjadi hubungan yang bersifat multiplikatif antara variabel eksogen.

a. Evaluasi Pemenuhan Asumsi Normalitas Data Evaluasi Atas *Outliers*

Normalita univariat dan multivariat data yang akan digunakan dalam analisis ini yang akan diuji dengan AMOS 22. Hasil dari analisis dapat dilihat dalam Lampiran *assessment normality*. Rujukan untuk menyatakan asumsi normalitas data yaitu nilai yang ada pada kolom C.R (*critical ratio*). Estimasi *maximum likelihood* pada model persamaan struktural yang memiliki syarat yang harus dipenuhi data yang akan diolah. Asumsi-asumsi itu meliputi data yang digunakan untuk memiliki distribusi normal, bebas dari data *outliers*, dan tidak terdapat multikolinearitas (Ghozali 2005, 2008 dalam Agung 2018).

Pengujian normalitas data yang dilakukan dengan cara memperhatikan nilai *skweness* dan juga nilai kurtosis dari semua indikator dan semua variabel penelitian. Kriteria yang sering digunakan adalah *critical ratio skewness* (C.R) dan juga kurtosis paling sebesar $\pm 2,58$ dengan tingkat signifikansi 0,01. data dapat dikatakan memiliki distribusi normal jika nilai C.R dari kurtosis tidak melampauin dari angka multak 2,58 (Ghozali, 2005; 2008 dalam Agung 2018).

Hasil dari pengujian akan ditunjukkan melalui *assesment of normality* dan juga dari *output* AMOS.*Outlier* adalah kondisi ketika observasi dari data yang mempunyai karakteristik unik yang tampak sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan juga jika muncul dalam nilai ekstrim, dalam sebuah variabel tunggal atau variabel kombinasi (Hair *et al*, 1998 dalam Agung 2018).

Analisis data *outlier* dievaluasi dengan menggunakan dua cara ialah analisis dengan *univariate outliers* dan *multivariate outliers*. Evaluasi yang dilakukan pada *univariate outliers* pertama-tama terlebih dahulu mengkonversikan nilai data menjadi *standard score* atau *z-score* adalah data yang mempunyai nilai rata-rata sama dengan nol dan standar deviasinya sama dengan satu. Keberadaan Evaluasi *Univariate Outlieryang* dimiliki dengan besaran *z score* rentang ± 3 sampai dengan ± 4 (Hair, *et al.*, 1998 dalam Agung 2018).

Evaluasi yang dilakukan terhadap *multivariate outliers* dengan cara memperhatikan nilai *mahalanobis distance*. Kriteria yang akan digunakan ialah berdasarkan dari nilai *Chi-square* pada keadaan derajat kebebasan yaitu jumlah variabel indikator yang diteliti pada tingkat signifikansi $p < 0,001$ (Ghozali, 2005 dalam Agung 2018).

Jika hasil observasi memiliki nilai *mahalanobis distance* $>$ *chi-square*, maka diidentifikasi sebagai *multivariate outliers*. Pendeteksian yang dilakukan terhadap multikolinieritas akan dilihat melalui nilai determinan matriks kovarians. Jika nilai determinan yang terkecil menunjukkan suatu indikasi maka terdapatnya masalah pada multikolinieritas atau singularitas, sehingga data yang diteliti tidak dapat digunakan sebagai data penelitian (Tabachnick dan Fidell, 1998 dalam Ghozali, 2005 dalam Agung 2018).

Tabel 4. 53 Normalitas Data Nilai critical ratio

Variable	Min	Max	skew	c.r.	Kurtosis	c.r.
km1	2,000	10,000	-,064	-,369	-1,265	-3,651
km2	4,000	10,000	-,288	-1,665	-,669	-1,931
km3	4,000	10,000	-,281	-1,624	-,800	-2,310
mb5	10,000	15,000	-,132	-,761	-,466	-1,346
mb4	8,000	10,000	,452	2,611	-1,419	-4,098
mb3	6,000	10,000	-,715	-4,128	-,586	-1,692
mb2	5,000	10,000	-,375	-2,162	,202	,584

Variable	Min	Max	skew	c.r.	Kurtosis	c.r.
mb1	7,000	10,000	,041	,238	-1,158	-3,342
pc11	6,000	10,000	-,399	-2,302	-,931	-2,688
pc12	6,000	10,000	-,291	-1,681	-,442	-1,275
pc13	6,000	10,000	-,945	-5,455	,872	2,516
sc1	5,000	10,000	-,588	-3,395	-,421	-1,214
sc2	6,000	10,000	-,540	-3,121	-,104	-,300
sc3	6,000	10,000	-1,057	-6,103	,987	2,849
ob1	6,000	10,000	-,387	-2,232	-,936	-2,702
ob2	6,000	10,000	-,285	-1,648	-,293	-,845
ob3	6,000	10,000	-1,025	-5,919	1,119	3,230
Multivariate					216,264	60,166

Sumber Output Amos

Kriteria yang digunakan adalah jika skor yang terdapat dalam kolom C.R lebih besar dari 2.58 atau lebih kecil dari minus 2.58 (-2.58) maka terbukti bahwa distribusi data normal. Penelitian ini secara total menggunakan 200 data observasi, sehingga dengan demikian dapat dikatakan asumsi normalitas dapat dipenuhi.

Tabel 4. 54 Normalitas Data Nilai Outlier

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
30	199,000	,000	,000
104	56,654	,000	,000
76	56,059	,000	,000
68	48,457	,000	,000
5	46,745	,000	,000
64	39,432	,002	,000
67	38,035	,002	,000
2	37,596	,003	,000
83	37,005	,003	,000
18	34,029	,008	,000
66	33,660	,009	,000
62	33,545	,010	,000
20	32,379	,013	,000
71	31,643	,017	,000
65	31,268	,019	,000
79	31,082	,020	,000
103	30,824	,021	,000
70	30,283	,024	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
49	30,053	,026	,000
96	29,916	,027	,000
123	29,711	,029	,000
77	29,500	,030	,000
92	29,277	,032	,000
184	28,373	,041	,000
94	28,166	,043	,000
154	26,930	,059	,000
8	26,556	,065	,000
1	25,765	,079	,002
186	25,662	,081	,002
139	24,199	,114	,073
179	23,927	,121	,092
56	23,201	,143	,271
26	23,040	,148	,276
27	22,750	,158	,343
69	22,108	,181	,610
174	21,956	,186	,621
118	21,383	,210	,827
144	21,314	,213	,806
28	21,198	,218	,804
181	21,191	,218	,755
13	20,717	,239	,890
95	20,543	,247	,906
148	20,259	,261	,944
80	19,908	,279	,976
173	19,742	,288	,981
43	19,379	,307	,994
34	19,347	,309	,992
161	19,076	,324	,996
87	19,076	,324	,994
32	18,671	,348	,999
84	18,614	,351	,999
7	18,512	,357	,999
4	18,443	,361	,999
116	18,402	,364	,998
22	18,337	,368	,998
187	18,087	,383	,999
6	18,066	,385	,999
200	17,700	,408	1,000
57	17,452	,424	1,000
60	17,146	,444	1,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
198	17,003	,454	1,000
40	16,850	,465	1,000
172	16,769	,470	1,000
15	16,735	,472	1,000
168	16,720	,473	1,000
152	16,535	,486	1,000
185	16,379	,497	1,000
85	16,373	,498	1,000
131	16,182	,511	1,000
16	16,147	,513	1,000
89	16,020	,522	1,000
88	15,787	,539	1,000
44	15,781	,539	1,000
160	15,766	,540	1,000
72	15,613	,551	1,000
153	15,493	,560	1,000
46	15,474	,561	1,000
3	15,460	,562	1,000
147	15,453	,563	1,000
73	15,407	,566	1,000
142	15,403	,566	1,000
63	15,242	,578	1,000
138	15,039	,593	1,000
11	15,028	,593	1,000
39	15,010	,595	1,000
182	15,001	,595	1,000
29	14,996	,596	1,000
137	14,953	,599	1,000
90	14,852	,606	1,000
9	14,778	,611	1,000
125	14,747	,614	1,000
127	14,724	,615	1,000
176	14,709	,616	1,000
12	14,657	,620	1,000
14	14,633	,622	1,000
10	14,441	,636	1,000
149	14,317	,645	1,000
54	14,312	,645	1,000
136	13,989	,668	1,000
195	13,809	,681	1,000

Sumber Output Amos

Evaluasi atas *outliers* adalah untuk mengetahui bahwa sebaran data penelitian yang jauh dari titik normal (data pencilan).maka akan Semakin jauh jarak sebuah data dengan titik pusat (*centroid*), semakin adanya kemungkinan data yang diolah masuk dalam kategori outliers, atau data yang berbeda dengan data yang diolah lainnya. Dengan itu maka data pada tabel yang menunjukkan urutan besar *Mahalanobis Distance* maka dari itu data harus tersusun sesuai urutan mulai dari yang terbesar sampai yang terkecil. Maka digunakan sebuah kriteria data yang termasuk outliers ialah jika suatu data memiliki angka p_1 (probability1) dan p_2 (probability2) yang jumlahnya kurang dari 0.05 atau $p_1, p_2 < 0,05$ (Santoso, 2007 dalam Agung 2018).

Data dari hasil outliner ada pada lampiran. Berikut ini hasil dari pengujian normalitas data dengan *Univariate Summary Statistics*. Berdasarkan dari hasil normalitas data maka diketahui bahwa adanya data yang menunjukkan data yang normal. Bahwa sebagian besar nilai P-Value baik untuk p_1 ataupun p_2 Mahalanobis d-squared melebihi signifikan 0,05. Jika normalitas data sudah dapat terpenuhi maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan ialah menguji apakah indikator dari setiap setiap variable sebagai dari factor yang layak untuk mewakili dalam analisis selanjutnya. Untuk mengetahuinya maka digunakanlah analisis CFA.

b. *Comfirmatory Factor Analysis (CFA)*

Comfirmatory Factor Analysis merupakan bentuk khusus dari sebuah analisis faktor. CFA biasanya digunakan untuk menilai suatu hubungan antara sejumlah variabel yang bersifat independent dengan variabel yang lain. Analisis faktor merupakan sebuah teknik untuk mengkombinasikan antara pertanyaan atau

variabel yang akan dapat menciptakan faktor baru juga mengkombinasikan sasaran dalam menciptakan suatu kelompok baru seraca berturut-turut.

Terdapat dua jenis pengujian dalam tahap ini yaitu: dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* yaitu *measurement model* dan *structural equation model (SEM)*. *CFA measurement model* diarahkan untuk sebagai menyelidiki unidimensionalitas dari setiap indikator yang menjelaskan bahwa sebuah faktor atau sebuah variabel laten.

Pengujian SEM tidak jauh beda dengan CFA, pengujian SEM juga dilakukan menggunakan dua macam pengujian yaitu menggunakan uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi. Langkah-langkah menggunakan analisis untuk melakukan pengujian model penelitian yang dilakukan melalui tiga tahapan yang pertama yaitu: dengan menguji model konseptual. Hasil pengujian terhadap model konseptual kurang memuaskan dengan itu maka dilanjutkan dengan menggunakan dua tahapan yaitu dengan cara memberikan perlakuan modifikasi terhadap sebuah model yang dikembangkan setelah memperhatikan indeks modifikasih dan juga dukungan (justifikasi) dari teori-teori yang ada. Kemudian, jika pada tahapan kedua masih terdapat hasil yang tidak memuaskan, maka akan ditempuh tahap ketiga yaitu dengan cara menghilangkan ataupun dapat menghapus (drop) variabel yang memiliki hasil nilai C.R (*Critical Rasio*) lebih kecil dari 1.96, maka variabel ini dipandang tidak berdimensi sama dengan variabel-variabel lainnya untuk menjelaskan suatu variabel laten (Ferdinand, 2002:132 dalam Agung 2018).

Loading factor atau *lamda value* yang dilambangkan(λ) ini biasanya digunakan untuk menilai suatu kecocokan, kesesuaian ataupun unidimensionalitas

dari setiap indikator yang membentuk suatu dimensi atau variabel. Untuk menguji sebuah model CFA dari setiap variabel terhadap model keseluruhan memuaskan atau tidaknya yang berpedoman dengan kriteria *goodness of fit*.

1) CFA Variabel Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

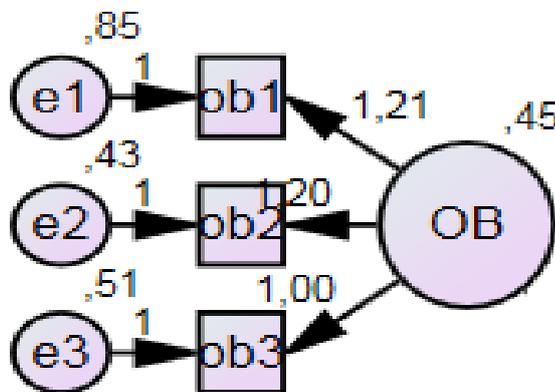
Variabel Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu :

OB1= Sigale-Gale

OB2= Rumah Adat Batak

OB3= Batu Kursi Persidangan

Berikut ini adalah hasil gambar pengujian AMOS 22 dengan analisis CFA :



Gambar 4. 3 CFA Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk firs order objek wisata berbasis kearifan lokal memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading faktor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data.

2) CFA Variabel *Social Capital* (Modal Sosial)

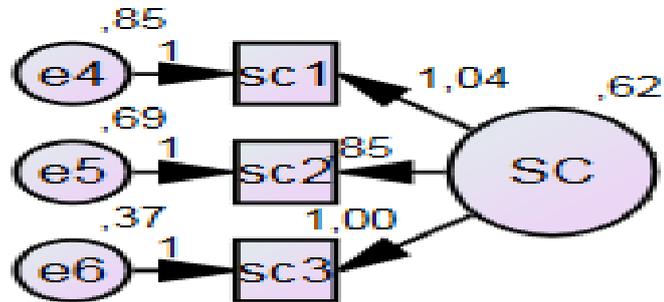
Variabel Social Capital memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu :

SC1= Norma

Sc2= Jaringan Sosial

Sc3= Kepercayaan

Berikut ini adalah hasil gambar pengujian AMOS 22 dengan analisis CFA:



Gambar 4. 4 CFA *Social Capital* (Modal Sosial)

Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk firs order Social Capital (modal sosial) memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data.

3) CFA Variabel Produk Cendramata Lokal

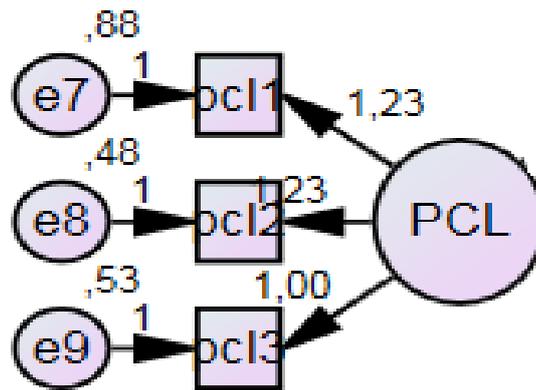
Variabel produk cendramata lokal memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu :

PCL1 = Ulos

PCL2 = Gorga

PCL3 = Miniatur Rumah Adat Batak

Berikut ini adalah hasil gambar pengujian AMOS 22 dengan analisis CFA:



Gambar 4. 5 CFA Produk Cendramata Lokal

Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk firs order produk cendramata lokal memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data.

4) CFA Varaibel Minat Berkunjung

Variabel minat berkunjung memiliki 5 (lima) indikator yang akan diuji, yaitu :

MB1 = Kualitas Pelayanan Tempat Wisata

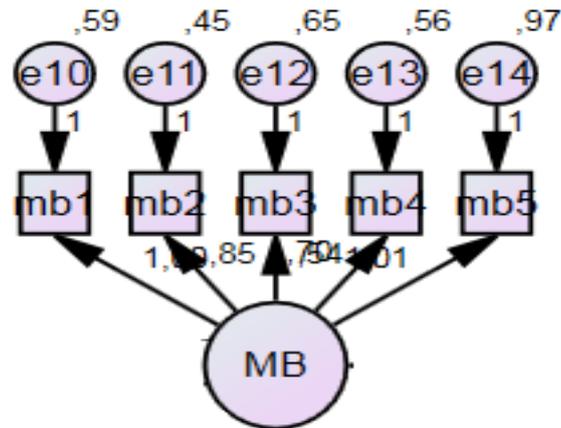
MB2 = Fasilitas Tempat Wisata

MB3= Daya Tarik Wisata Alam Danau Toba

MB4 = Biaya Wisata

MB5 = Keamanan Dan Kenyamanan

Berikut ini adalah hasil gambar penguji AMOS 22 dengan analisis CFA:



Gambar 4. 6 CFA Minat Berkunjung

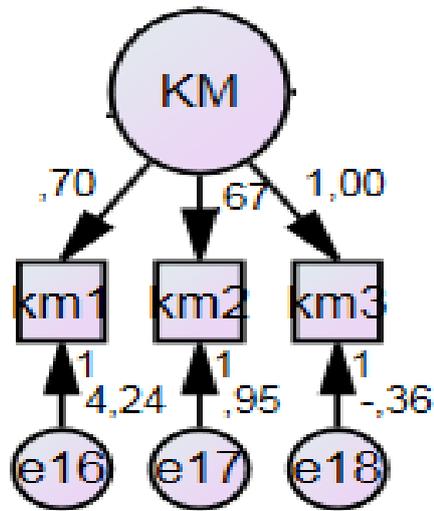
Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk firs order minat berkunjung memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data.

5) CFA Variabel Kesejahteraan Masyarakat

Variabel kesejahteraan masyarakat memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu :

- KM1 = Tingkat Pengeluaran Konsumsi
- KM2 = Jenis Pekerjaan
- KM3 = Aset

Berikut ini adalah hasil gambar penguji AMOS 22 dengan analisis CFA:

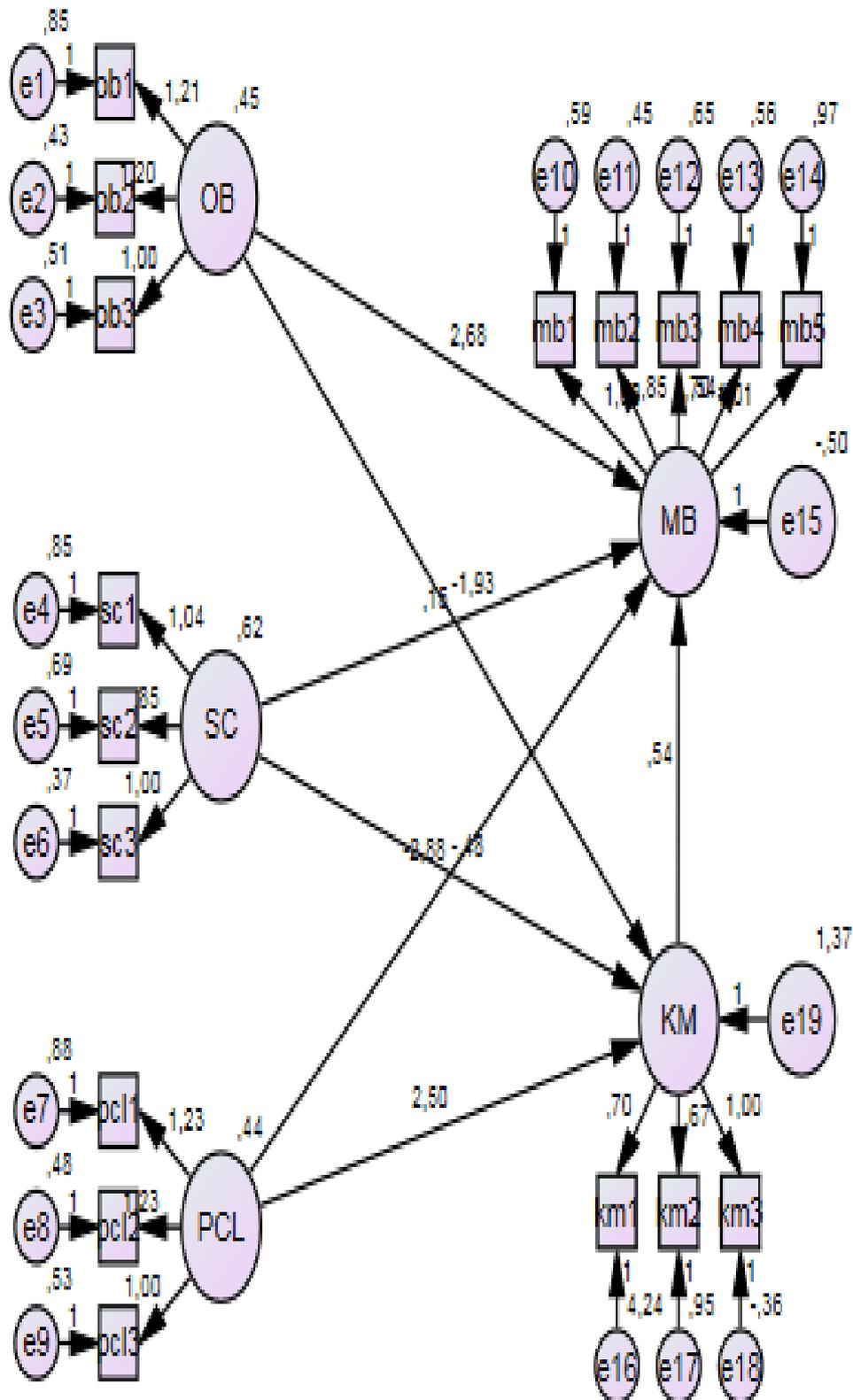


Gambar 4. 7 CFA Kesejahteraan Masyarakat

Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk first order kesejahteraan masyarakat memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data.

c. Pengujian Kesesuaian Model (*Goodness of Fit Model*)

Hasil pengujian dari kesesuaian model penelitian ini digunakan untuk menguji baik tingkatnya goodness of fit dari model penelitian. Ukuran GFI yang pada dasarnya merupakan ukuran kemampuan sebuah model menerangkan suatu keragaman konsep data. Nilai GFI berkisar antara 0 – 1. Sebenarnya, tidak ada kriteria standar tentang batas nilai GFI yang baik. Namun bisa disimpulkan, model yang baik adalah model yang memiliki nilai GFI mendekati 1. Dalam prakteknya, banyak peneliti yang menggunakan batas minimal 0,9. Berikut hasil pengujian analisa AMOS



Gambar 4. 8 Kerangka Output AMOS

Tabel 4. 55 Hasil Pengujian Kelayakan Model Penelitian Untuk Analisis SEM

Goodness of Fit indeks	Cut of Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Min fit function of chi-square	$p > 0,05$	(P =0.21)	Fit
Chisquare	Carmines & Mever (1981) Df=168 =129.69	2730.916	Fit
Non Centrality Parameter (NCP)	Penyimpangan sample cov matrix dan fitted kecil < Chisquare	2618.916	Fit
Root Mean Square Error of Approx (RMSEA)	Browne dan Cudeck (1993) < 0,08	0.343	Tidak Fit
Model AIC	Model AIC > Saturated AIC < Independence AIC	2812.916 > Saturated AIC (306,00) < Independence AIC (3599.928)	Fit
Model CAIC	Model CAIC < Saturated CAIC < Independence CAIC	2989.147 < Saturated CAIC (963,643) < Independence CAIC (3673.000)	Fit
Normed Fit Index (NFI)	> 0,90	0.234	Tidak Fit
Parsimoni Normed Fit Index (PNFI)	0,60 – 0,90	0.193	Tidak Fit
Parsimoni Comparative Fit Index (PCFI)	0,60 – 0,90	0.195	Tidak Fit
PRATIO	0,60 – 0,90	0.824	Fit
Comparative Fit Index (CFI)	> 0,90 (Bentler (2000))	0.236	Tidak Fit
Incremental Fit Index (IFI)	> 0,90 Byrne (1998)	0.242	Tidak Fit
Relative Fit Index (RFI)	0 – 1	0.70	Fit
Goodness of Fit Index (GFI)	> 0,90	0.555	Tidak Fit
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	> 0,90	0.392	Tidak Fit
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)	0 – 1,0	0.406	Fit

Berdasarkan dari hasil Penilaian Model Fit mak adiketahui bahwa seluruh analisis model telah memiliki syarat yang baik sebagai suatu model SEM. Untuk melihat hubungan antara masing-masing variabel dilakukan dengan analisis jalur (path analysis) dari masing-masing variabel baik hubungan yang bersifat langsung (direct) maupun hubungan tidak langsung (indirect), Hasil pengujian tersebut dapat dilihat di bawah ini.

1.) Ukuran Kecocokan Mutlak (*absolute fit measures*)

Ialah ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians. Uji kecocokan itu meliputi:

a. Uji Kecocokan *Chi-Square*

Uji kecocokan ini mengukur seberapa dekat antara *implied covariance matrix* (matriks kovarians hasil prediksi) dan *sample covariance matrix* (matriks kovarians dari sampel data). Dalam prakteknya, *P-value* diharapkan memperoleh nilai lebih besar sama dengan 0,05 agar H_0 dapat diterima yang menyatakan bahwa model adalah baik. Pengujian *Chi-square* sangat sensitif terhadap ukuran data. Menurut Yamin dan Kurniawan dalam Agung (2018) mengajurkan bahwa untuk mengukur sampel yang besar (lebih dari 200), uji ini cenderung digunakan untuk menolak H_0 . Namun sebaliknya jika untuk mengukur sampel yang kecil (kurang dari 100), uji ini cenderung digunakan untuk menerima H_0 . Oleh karna itu, ukuran sampel data yang disarankan untuk diuji dalam uji *Chi-square* ini adalah sampel data yang berkisar antara 100-200 sampel.

b. *Goodness-Of-Fit Index* (GFI)

Ukuran GFI merupakan ukuran kemampuan suatu model dalam menerangkan keragaman data yang ada. Nilai ukuran GFI adalah antara 0-1. Sebenarnya, tidak ada kriteria standar tentang batas nilai GFI yang baik. Namun dapat disimpulkan bahwa model yang ialah model memiliki nilai GFI mendekati 1. Dalam kenyataannya banyak peneliti yang menggunakan batasan minimal 0,9.

c. *Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)*

RMSEA adalah ukuran rata-rata perbedaan per *degree of freedom* yang diharapkan dalam populasi. Nilai $RMSEA < 0,08$ adalah *good fit*, sedangkan Nilai $RMSEA < 0,05$ adalah *close fit*.

d. *Non-Centrality Parameter (NCP)*

NCP dinyatakan dalam bentuk spesifikasi ulang *Chi-square*. Penilaian didasarkan atas perbandingan dengan model lain. Semakin kecil nilai, semakin baik. Nilai RMSEA dalam penelitian ini sebesar 0,22, sehingga model dikatakan sudah baik/fit.

2.) Ukuran Kecocokan Incremental

Ukuran Kecocokan Incremental (*incremental/relative fit measures*) yaitu ukuran kecocokan model secara relatif, digunakan untuk perbandingan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti. Uji kecocokan tersebut meliputi:

a. *Adjusted Goodness-Of-Fit Index (AGFI)*

Ukuran AGFI merupakan modifikasi dari GFI dengan mengakomodasi *degree of freedom* model dengan model lain yang dibandingkan. $AGFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \geq AGFI \geq 0,9$ adalah *marginal fit*.

b. *Tucker-Lewis Index (TLI)*

Ukuran TLI disebut juga dengan *nonnormed fit index* (NNFI). Ukuran ini merupakan ukuran untuk perbandingan antar model yang mempertimbangkan banyaknya koefisien di dalam model. $TLI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \leq TLI < 0,9$ adalah *marginal fit*.

c. *Normed fit index*(NFI)

Nilai NFI merupakan besarnya ketidakcocokan antara model target dan model dasar. Nilai NFI berkisar antara 0–1. $NFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \leq NFI < 0,9$ adalah *marginal fit*.

d. *Incremental Fit Index* (IFI)

Nilai IFI berkisar antara 0 – 1. $IFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \leq IFI < 0,9$ adalah *marginal fit*. *Comparative Fit Index* (CFI) Nilai CFI berkisar antara 0 – 1. $CFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \leq CFI < 0,9$ adalah *marginal fit*.

e. *Comparative Fit Index* (CFI)

Nilai CFI berkisar antara 0 – 1. $CFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \leq CFI < 0,9$ adalah *marginal fit*. Nilai IFI berada nilai dibawah 0,9 yaitu sebesar 0,236 maka model belum baik.

f. *Relative Fit Index* (RFI)

Nilai RFI berkisar antara 0 – 1. $RFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,8 \leq RFI < 0,9$ adalah *marginal fit*.

3.) Ukuranc Kecocokan Parsimoni (*Parsimonius/Adjusted Fit Measures*)

Ukuran kecocokan parsimoni yaitu ukuran kecocokan yang mempertimbangkan banyaknya koefisien didalam model. Uji kecocokan tersebut meliputi:

a. *Parsimonious Normed Fit Index (PNFI)*

Nilai PNFI yang tinggi menunjukkan kecocokan yang lebih baik. PNFI hanya digunakan untuk perbandingan model alternatif. Nilai PNFI berada diantara 0,60 – 0,90 yaitu 0,193 sehingga model belum fit/baik.

b. *Parsimonious Goodness-Of-Fit Index (PGFI)*

Nilai PGFI merupakan modifikasi dari GFI, dimana nilai yang tinggi menunjukkan model lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel. Nilai PGFI berada diantara 0– 1,0 yaitu 0,406 sehingga model sudah fit/baik.

c. *Akaike Information Criterion (AIC)*

Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel. Nilai $2909.026 < \text{Saturated AIC (306)} < \text{Independence AIC (3606.8666)}$ sehingga model sudah fit.

d. *Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)*

Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel. Nilai $\text{CAIC } 3072.362 > \text{Saturated CAIC (963)} < \text{Independence CAIC (3679.938)}$ sehingga model sudah fit.

4.) Uji Kesahian Konvergen Dan Uji Kausilitas

Uji kesahian konvergen dapat diperoleh dari suatu data pengukuran model setiap variabel (*measurement model*), pengujian ini dilakukan untuk menentukan sebuah kesahian pada setiap indikator yang diestimasi, dengan cara mengukur suatu dimensi dari konsep yang diuji dalam penelitian. Apabila jika indikator memiliki nadir (*critical ratio*) yang lebih besar dari dua kali kesalahan (standard error), maka akan menunjukkan indikator secara sah setelah dilakukan dengan

caramengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan (Wijaya,2009 dalam Agung 2018).

Tabel 4. 56 Bobot *Critical Ratio*

	Estimate
KM <--- OB	-,532
KM <--- SC	-,155
KM <--- PCL	,680
MB <--- PCL	-1,306
MB <--- SC	,079
MB <--- OB	1,232
MB <--- KM	,905
ob3 <--- OB	,683
ob2 <--- OB	,774
ob1 <--- OB	,661
sc3 <--- SC	,788
sc2 <--- SC	,629
sc1 <--- SC	,662
pcl3 <--- PCL	,671
pcl2 <--- PCL	,761
pcl1 <--- PCL	,657
mb1 <--- MB	,884
mb2 <--- MB	,879
mb3 <--- MB	,787
mb4 <--- MB	,723
mb5 <--- MB	,831
km3 <--- KM	1,032
km2 <--- KM	,860
km1 <--- KM	,639

Sumber : Output Amos

Validitas konvergen hasil dapat dinilai dengan cara menentukan apakah dari setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari setiap konsep yang diuji. Berdasarkan tabel 4.56 maka dapat diketahui bahwa nilai *critical ratio* untuk setiap indikator yang nilainya ada lebih besar dari dua kali standar kesalahan yang ada (*standard error*) itu berarti bahwa setiap butir pada penelitian ini sah terhadap setiap variabel penelitian yang diuji. Berikut ini adalah hasil pengujian kesahian konvergen.

Hasil dari pengujian *loading factor* dapat diketahui bahwa dari setiap variabel memiliki angka melebihi *loading factor* sebesar 0,5 sehingga dapat diketahui bahwa seluruh variabel layak untuk dianalisa lebih lanjut. Validitas konvergen hasil dapat dinilai dengan cara menentukan apakah dari setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari setiap konsep yang diuji. Berdasarkan tabel 4.46 maka dapat diketahui bahwa nilai *critical ratio* untuk setiap indikator yang nilainya ada lebih besar dari dua kali standar kesalahan yang ada (*standard error*) itu berarti bahwa setiap butir pada penelitian ini sah terhadap setiap variabel penelitian yang diuji. Berikut ini adalah hasil pengujian kesahihan konvergen.

Hasil dari pengujian *loading factor* dapat diketahui bahwa dari setiap variabel memiliki angka melebihi *loading factor* sebesar 0,5 sehingga dapat diketahui bahwa seluruh variabel layak untuk dianalisa lebih lanjut.

Tabel 4. 57 Hasil Estimasi C.R (*Critical Ratio*) dan P-Value

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM <--- OB	-1,933	,232	-8,349	***	par_13
KM <--- SC	-,483	,155	-3,106	,002	par_14
KM <--- PCL	2,501	,270	9,253	***	par_15
MB <--- PCL	-2,878	,581	-4,958	***	par_16
MB <--- SC	,147	,147	1,000	,317	par_17
MB <--- OB	2,684	,468	5,728	***	par_18
MB <--- KM	,542	,171	3,165	,002	par_19
ob3 <--- OB	1,000				
ob2 <--- OB	1,196	,121	9,913	***	par_1
ob1 <--- OB	1,214	,141	8,594	***	par_2
sc3 <--- SC	1,000				
sc2 <--- SC	,855	,129	6,607	***	par_3
sc1 <--- SC	1,039	,155	6,713	***	par_4
pcl3 <--- PCL	1,000				
pcl2 <--- PCL	1,229	,127	9,711	***	par_5
pcl1 <--- PCL	1,234	,145	8,527	***	par_6
mb1 <--- MB	1,000				
mb2 <--- MB	,847	,048	17,657	***	par_7

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
mb3 <--- MB	,704	,049	14,268	***	par_8
mb4 <--- MB	,537	,043	12,410	***	par_9
mb5 <--- MB	1,009	,064	15,754	***	par_10
km3 <--- KM	1,000				
km2 <--- KM	,674	,030	22,381	***	par_11
km1 <--- KM	,703	,060	11,698	***	par_12

Sumber : Lampiran Amos

Hasil uji kausalitas menunjukkan bahwa ada 4 (empat) variabel memiliki hubungan kausalitas, kecuali antara kesejahteraan masyarakat dengan *social capital*, Minat berkunjung dengan *social capital*, minat berkunjung dengan kesejahteraan masyarakat yang tidak mempunyai hubungan kausalitas. Uji kausalitas probabilitas critical ratio yang memiliki tanda bintang tiga dapat disajikan pada penjelasan berikut :

1. Terjadinya hubungan kausalitas antara kesejahteraan masyarakat dengan objek wisata berbasis kearifan lokal. Nilai dari *critical value* sebesar 8,349 memiliki dua kali lebih besar dari nilai standar error dan juga memiliki nilai probabilitas (p) yang memiliki tanda bintang itu menandakan bahwa signifikan.
2. Terjadinya hubungan kausalitas antara variabel kesejahteraan dengan produk cendramata lokal. Nilai dari *critical value* sebesar 9,253 memiliki dua kali lebih besar dari nilai standar error dan juga memiliki nilai probabilitas (p) yang memiliki tanda bintang itu menandakan bahwa signifikan.
3. Terjadinya hubungan kausalitas antara variabel minat berkunjung dengan produk cendramata lokal. Nilai dari *critical value* sebesar 4,958 memiliki dua kali lebih besar dari nilai standar error dan juga memiliki

nilai probabilitas (p) yang memiliki tanda bintang itu menandakan bahwa signifikan.

4. Terjadinya hubungan kausalitas antara variabel minat berkunjung dengan objek wisata berbasis kearifan lokal. Nilai dari *critical value* sebesar 5,728 memiliki dua kali lebih besar dari nilai standar error dan juga memiliki nilai probabilitas (p) yang memiliki tanda bintang itu menandakan bahwa signifikan.

5.) Efek Langsung, Efek Tidak Langsung Dan Efek Total

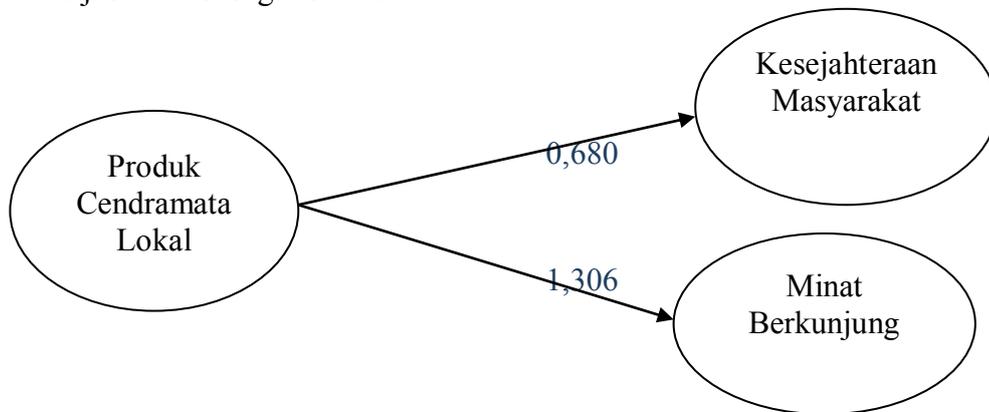
Besarnya pengaruh dari masing-masing setiap variabel laten dengan secara langsung (*standardized direct effect*) maupun dengan secara tidak langsung (*standardized indirect effect*) juga serta pengaruh total (*standardized total effect*) dapat diperlihatkan pada tabel dibawah sebagai berikut :

Tabel 4. 58 Standardized Direct Effects

	PCL	SC	OB	KM	MB
KM	,680	-,155	-,532	,000	,000
MB	-1,306	,079	1,232	,905	,000
km1	,000	,000	,000	,639	,000
km2	,000	,000	,000	,860	,000
km3	,000	,000	,000	1,032	,000
mb5	,000	,000	,000	,000	,831
mb4	,000	,000	,000	,000	,723
mb3	,000	,000	,000	,000	,787
mb2	,000	,000	,000	,000	,879
mb1	,000	,000	,000	,000	,884
pcl1	,657	,000	,000	,000	,000
pcl2	,761	,000	,000	,000	,000
pcl3	,671	,000	,000	,000	,000
sc1	,000	,662	,000	,000	,000
sc2	,000	,629	,000	,000	,000
sc3	,000	,788	,000	,000	,000
ob1	,000	,000	,661	,000	,000
ob2	,000	,000	,774	,000	,000
ob3	,000	,000	,683	,000	,000

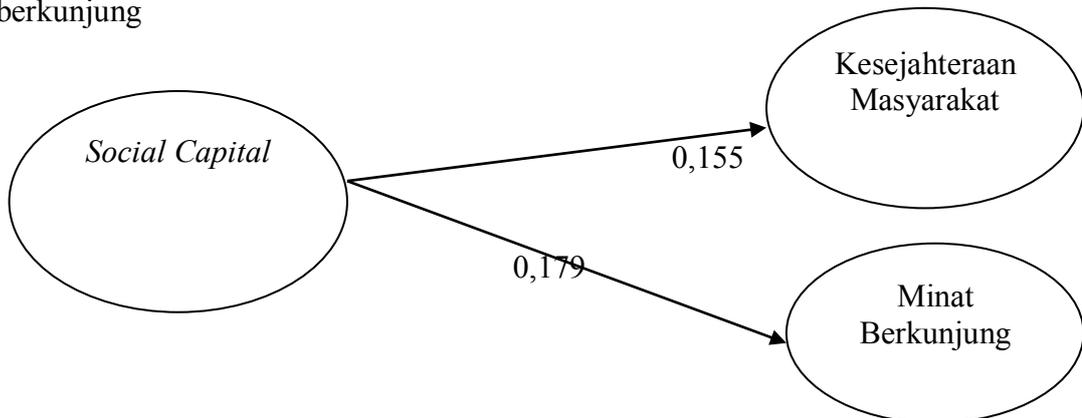
Sumber: Output Amos

Dapat kita lihat Hasil pengaruh langsung pada tabel di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :



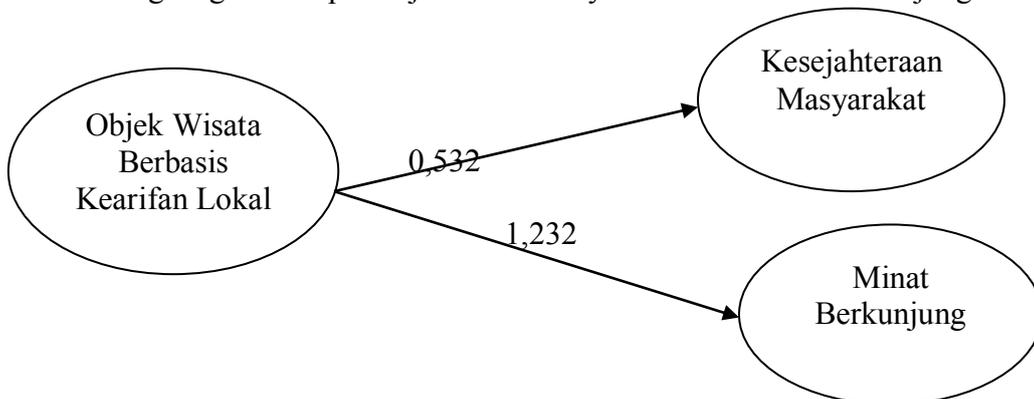
Gambar 4. 9 *Dirrect Effect* Produk Cendramata Lokal

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa produk cendramata lokal berpengaruh secara langsung terhadap kesejahteraan masyarakat dan minat berkunjung



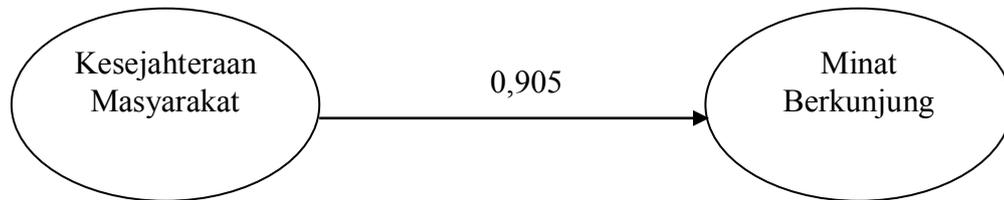
Gambar 4. 10 *Dirrect Effect* Social Capital

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa *Social Capital* berpengaruh secara langsung terhadap kesejahteraan masyarakat dan minat berkunjung.



Gambar 4. 11 *Dirrect Effect* Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal berpengaruh secara langsung terhadap kesejahteraan masyarakat dan minat berkunjung



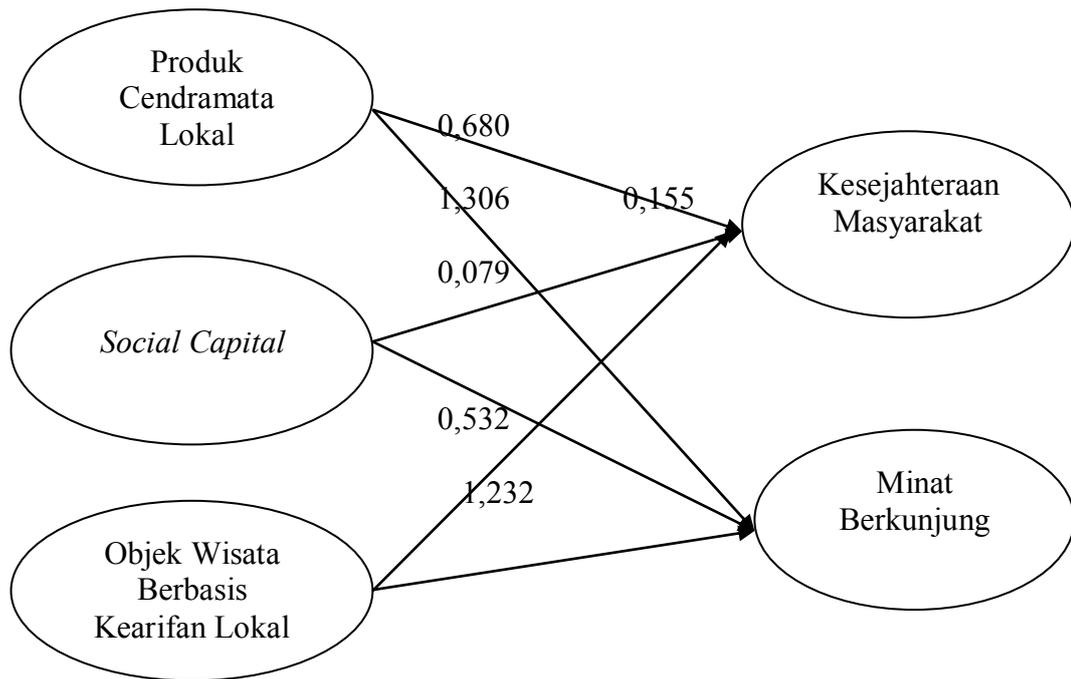
Gambar 4. 12 *Dirrect Effect* Kesejahteraan Masyarakat

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa kesejahteraan masyarakat berpengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung.

Tabel 4. 59 *Standardized Indirect Effects*

	PCL	SC	OB	KM	MB
KM	,680	-,155	-,532	,000	,000
MB	-1,306	,079	1,232	,905	,000
km1	,000	,000	,000	,639	,000
km2	,000	,000	,000	,860	,000
km3	,000	,000	,000	1,032	,000
mb5	,000	,000	,000	,000	,831
mb4	,000	,000	,000	,000	,723
mb3	,000	,000	,000	,000	,787
mb2	,000	,000	,000	,000	,879
mb1	,000	,000	,000	,000	,884
pcl1	,657	,000	,000	,000	,000
pcl2	,761	,000	,000	,000	,000
pcl3	,671	,000	,000	,000	,000
sc1	,000	,662	,000	,000	,000
sc2	,000	,629	,000	,000	,000
sc3	,000	,788	,000	,000	,000
ob1	,000	,000	,661	,000	,000
ob2	,000	,000	,774	,000	,000
ob3	,000	,000	,683	,000	,000

Sumber: Output Amos



Gambar 4. 13 Indirect Effect Produk Cendramata Lokal, *Social Capital* dan Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

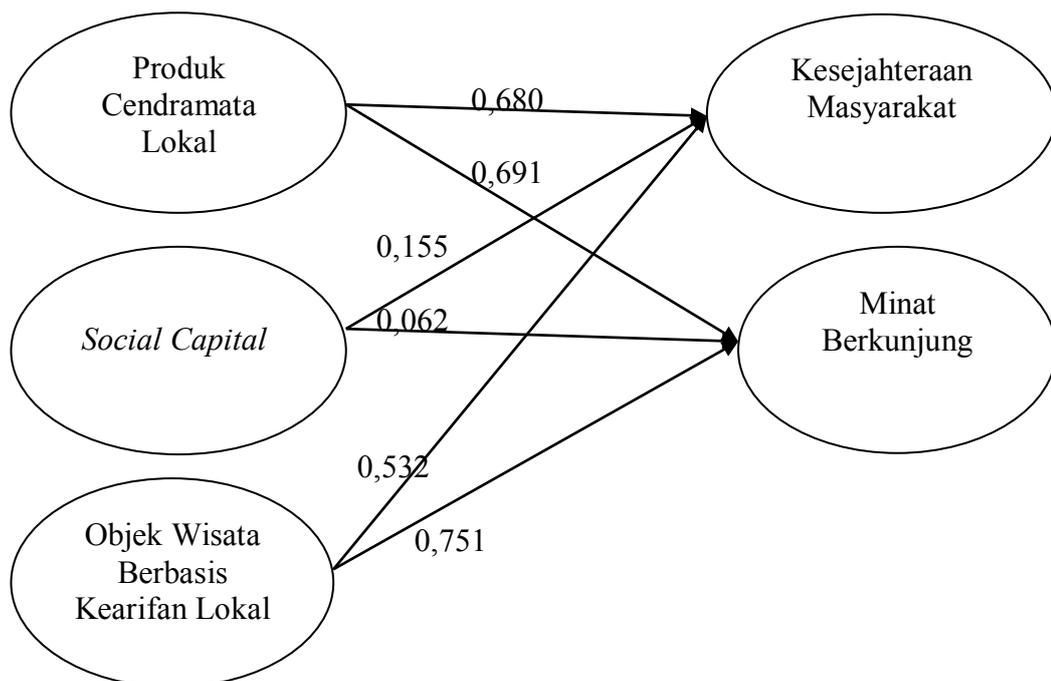
Dari gambar diatas maka dapat diketahui bahwa Produk Cendramata Lokal, *Social Capital*, Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal (eksegenous) mempengaruhi kesejahteraan masyarakat dan minat berkunjung (endegenous) secara total. Hasil dari pengujian dapat diketahui pengaruh totalnya menunjukkan bahwa pengaruh terbesar secara total terhadap kesejahteraan masyarakat adalah Produk Cendramata Lokal yaitu sebesar ,680 dan yang mempengaruhi terbesar terhadap minat berkunjung adalah Produk Cendramata Lokal adalah yaitu sebesar1,306.

Tabel 4. 60 *Standardized Total Effects*

	PCL	SC	OB	KM	MB
KM	,680	-,155	-,532	,000	,000
MB	-,691	-,062	,751	,905	,000
km1	,435	-,099	-,340	,639	,000
km2	,585	-,134	-,457	,860	,000
km3	,701	-,160	-,548	1,032	,000
mb5	-,574	-,051	,624	,752	,831
mb4	-,499	-,045	,543	,655	,723
mb3	-,543	-,049	,591	,712	,787
mb2	-,607	-,054	,660	,796	,879
mb1	-,611	-,055	,664	,801	,884
pcl1	,657	,000	,000	,000	,000
pcl2	,761	,000	,000	,000	,000
pcl3	,671	,000	,000	,000	,000
sc1	,000	,662	,000	,000	,000
sc2	,000	,629	,000	,000	,000
sc3	,000	,788	,000	,000	,000
ob1	,000	,000	,661	,000	,000
ob2	,000	,000	,774	,000	,000
ob3	,000	,000	,683	,000	,000

Sumber: Output Amos

Berikut ini adalah hasil dari pengaruh tidak langsung pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 4. 14 *Indirrect Effect* Produk Cendramata Lokal, *Social Capital* Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal.

Dari gambar diatas maka dapat diketahui bahwa Produk Cendramata Lokal, *Social Capital*, Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal (ekseogenous) mempengaruhi kesejahteraan masyarakat dan minat berkunjung (endogenous) secara total. Hasil dari pengujian dapat diketahui pengaruh totalnya menunjukkan bahwa pengaruh terbesar secara total terhadap kesejahteraan masyarakat adalah Produk Cendramata Lokal yaitu sebesar ,680 dan yang mempengaruhi terbesar terhadap minat berkunjung adalah Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal yaitu sebesar ,751.

4.2.4 Hipotesis

Untuk mengetahui hasil dari sebuah pengujian maka hipotesis dibuktikan dengan melihat nilai dari probabilitas (*probability*) atau dengan cara melihat sebuah pengaruh signifikansi dari keterkaitan antara masing-masing variabel penelitian. Kiriterianya merupakan jika nilai $P < 0.05$ maka hubungan antar variabel yang berarti signifikan dan dapat dianalisis lebih lanjut, dan juga sebaliknya. Maka dengan melihat angka probabilitas (p) pada hasil output dari setiap jalur maka akan menunjukkan nilai yang signifikan pada level 5% ataupun nilai *standardize* besarnya harus lebih besar dari 1.96 (>1.96). (Jika yang digunakan nilai perbandingan nilai t hitung dengan t tabel, maka nilai t hitung di atas 1.96 atau >1.96 atau t hitung lebih besar dari pada t tabel). AMOS 22 menggunakan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

Jika $P > 0.05$ maka H_0 diterima atau tidak signifikan

Jika $P < 0.05$ maka H_0 ditolak maka signifikan

Hasil dari hipotesis dalam penelitian ini terbagi menjadi 7 (tujuh) pengujian, yaitu :

1. Objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh terhadap minat berkunjung di desa Siallagan
2. Objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan
3. *Social Capital* berpengaruh terhadap minat berkunjung di desa Siallagan
4. *Social Capital* berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan
5. Produk cendramata lokal berpengaruh terhadap minat berkunjung di desa Siallagan
6. Produk cendramata lokal berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan
7. Minat berkunjung berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan.

Tabel 4. 61 Hasil estimasi C.R (*Critical Ratio*) dan P-Value

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM <--- OB	-1,933	,232	-8,349	***	par_13
KM <--- SC	-,483	,155	-3,106	,002	par_14
KM <--- PCL	2,501	,270	9,253	***	par_15
MB <--- PCL	-2,878	,581	-4,958	***	par_16
MB <--- SC	,147	,147	1,000	,317	par_17
MB <--- OB	2,684	,468	5,728	***	par_18
MB <--- KM	,542	,171	3,165	,002	par_19
ob3 <--- OB	1,000				
ob2 <--- OB	1,196	,121	9,913	***	par_1
ob1 <--- OB	1,214	,141	8,594	***	par_2
sc3 <--- SC	1,000				
sc2 <--- SC	,855	,129	6,607	***	par_3
sc1 <--- SC	1,039	,155	6,713	***	par_4

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
pcl3 <--- PCL	1,000				
pcl2 <--- PCL	1,229	,127	9,711	***	par_5
pcl1 <--- PCL	1,234	,145	8,527	***	par_6
mb1 <--- MB	1,000				
mb2 <--- MB	,847	,048	17,657	***	par_7
mb3 <--- MB	,704	,049	14,268	***	par_8
mb4 <--- MB	,537	,043	12,410	***	par_9
mb5 <--- MB	1,009	,064	15,754	***	par_10
km3 <--- KM	1,000				
km2 <--- KM	,674	,030	22,381	***	par_11
km1 <--- KM	,703	,060	11,698	***	par_12

Sumber: Output Amos

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel di atas maka diketahui :

1. Objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap kesejahteraan masyarakat berpengaruh secara **signifikan** pada desa Siallagan, yang nilai probabilitasnya memiliki bintang tiga.
2. Objek wisata berbasis kearifan lokal terhadap minat berkunjung berpengaruh secara **signifikan** pada desa Siallagan, yang nilai probabilitasnya memiliki bintang tiga.
3. *Social Capital* terhadap kesejahteraan masyarakat berpengaruh secara secara tidak **signifikan** pada desa Siallagan.
4. *Social Capital* terhadap minat berkunjung berpengaruh secara **tidak signifikan** pada desa Siallagan
5. Produk cendramata lokal terhadap kesejahteraan masyarakat berpengaruh secara secara **signifikan** pada desa Siallagan, yang nilai probabilitasnya memiliki bintang tiga.
6. Produk cendramata lokal terhadap minat berkunjung berpengaruh secara **signifikan** pada desa Siallagan, yang nilai probabilitasnya memiliki bintang tiga.

7. Minat berkunjung terhadap kesejahteraan masyarakat berpengaruh secara **tidak signifikan** pada desa Siallagan.

4.3 Pembahasan

1. Pengaruh Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Hasil dari analisis yang diuji menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 22 membuktikan bahwa hasil dari pengujian terdapat pengaruh yang **signifikan** Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal terhadap kesejahteraan masyarakat di desa Siallagan. Yang menunjukkan bahwa parameter estimasi antara pengaruh Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal terhadap kesejahteraan masyarakat menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai t CR 8,349 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis pertama diterima, artinya jika Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal meningkat ataupun terpenuhi maka kesejahteraan masyarakat akan semakin meningkat. Menurut observasi langsung di lapangan, bahwasanya dengan adanya objek wisata tersebut perekonomian masyarakat mengalami peningkatan terutama para pedagang dimana tingkat penjualannya semakin tinggi dikarenakan pengunjung bukan hanya dari daerah tersebut tapi juga dari luar daerah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tisa, Junaidi H.Matsum, Nurani Asriati yang menunjukkan bahwa objek wisata memberikan pengaruh signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) tentang pengaruh objek wisata terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha (studi kasus objek wisata mata air cokro dan umbuk ponggok Kecamatan Klaten) bahwa variabel ekonomi

dan sosial berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat. Namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wuri (2015) tentang dampak keberadaan kampung wisata terhadap kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat yang menunjukkan bahwa hanya terdapat perbedaan yang signifikan pada aspek ekonomi saja sedangkan dampak sosial tidak ada perubahan. Hasil yang signifikan dampak ekonomi menunjukkan perbedaan antara masyarakat yang bekerja dibidang pariwisata di kampung wisata sosro dengan pekerjaan di luar pariwisata.

2. Pengaruh Objek Wisata Berbasis Kearifan Terhadap Minat

Berkunjung

Hasil dari analisis yang diuji menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 22 membuktikan bahwa hasil dari pengujian terdapat pengaruh yang **signifikan** Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal terhadap minat berkunjung di desa Siallagan. Yang menunjukkan bahwa parameter estimasi antara pengaruh Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal terhadap minat berkunjung menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai t CR 5,728 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis pertama diterima, artinya jika Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal meningkat ataupun terpenuhi maka minat berkunjung akan semakin meningkat. Menurut observasi yang dilakukan peneliti bahwa dengan adanya objek wisata khusus seperti objek wisata budaya yang ada di desa siallagan, semakin menarik wisatawan, dikarenakan banyaknya minat atau ketertarikan wisatawan terhadap objek wisata yang berbaur budaya, sejarah dan adat istiadatnya sehingga minat berkunjung akan semakin meningkat.

Teori dalam penelitian Ko and Liu yang berjudul “*Factor and Correlation Analysis of Tourism Attraction, Tourist Satisfaction and Willingness to Revisit – Evidence from Mainland Chinese Tourists to Taiwan*” dengan variabel *Demographic Variables, Tourism Attraction, tourist Satisfaction, dan Willingness to revisit* dianalisis menggunakan Statistik Deskriptif diperoleh hasil daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang, dimana minat kunjung ulang dapat ditingkatkan melalui variabel intervening daya tarik wisata. Semakin menarik sebuah objek wisata maka akan semakin tinggi minat kunjung ulang dari wisatawan. Sama halnya dengan objek wisata Desa Siallagan yang memiliki daya tarik wisata budayanya yang sangat menarik minat para wisatawan untuk berkunjung.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pindar Nurcahya, Sugiyanto (2019) yang menunjukkan bahwa hasil analisis korelasi menunjukkan adanya pengaruh kuat *destination branding Friendly Lombok* terhadap minat berkunjung. Hasil analisis regresi dan uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan *destination branding Friendly Lombok* terhadap minat berkunjung. Selain itu penelitian dari Meiviani Tirza Ngajow, Hendra N. Tawas Woran Djeml (2021) yang menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil pengujian bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap minat berkunjung di objek wisata bukit kasihkanonang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitrotud Diniyah, Lisa B. Gesa, Khoirullah (2019) menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata dengan minat berkunjung ulang wisatawan. Namun bertentangan dengan hasil penelitian Irawan (2017) yang

menyatakan terdapat hubungan yang tidak signifikan antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung.

3. Pengaruh *Social Capital* (Modal Sosial) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Hasil dari analisis yang diuji menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 22 membuktikan bahwa hasil dari pengujian terdapat pengaruh yang **tidak signifikan** *Social Capital* (Modal Sosial) terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Desa Siallagan. Yang menunjukkan bahwa parameter estimasi antara pengaruh *Social Capital* (Modal Sosial) terhadap Kesejahteraan Masyarakat menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai t CR 3,106 dengan tingkat signifikan sebesar 0,002. Menurut observasi langsung peneliti yang menjadi penyebab modal sosial tidak berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat dikarenakan modal sosial itu sendiri lebih ke dalam pembentukan sifat atau karakter, norma setiap individu dimana tidak dapat mengukur tingkat kesejahteraan seseorang.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan G.K. Gandhiadi , Komang Dharmawan , I Putu Eka Nila Kencana Pengaruh langsung variabel penelitian modal sosial terhadap kesejahteraan subjektif (KES), memperlihatkan bahwa koefisien jalurnya positif sebesar 0,221. Hubungan kausal tersebut ternyata bernilai positif tetapi tidak cukup signifikan pada taraf uji 5 persen, dengan nilai signifikansi (P_Values) 0,072. Hipotesis ini sebagian ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh modal sosial dengan indikatornya tidak berpengaruh langsung pada peningkatan kesejahteraan subjektif bagi pelaku usaha industri tenun di Kabupaten Jembrana, Bali.

Namun hasil penelitian yang dilakukan Siti Tabah Munawaroh (2017) yang menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara modal sosial terhadap peningkatan kesejahteraan, dimana semakin meningkat modal sosial akan semakin meningkat pula kesejahteraan penambang pasir. Temuan ini sejalan dengan Cahyono Budhi (2014) dengan judul “Peran modal sosial dalam peningkatan Kesejahteraan masyarakat petani tembakau di kabupaten wonosobo”, Supratiwi (2013) dengan judul “Peranan Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Bendar, Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati”.

Menurut teori Robert Putnam yang mendefinisikan modal sosial sebagai alat individu atau organisasi sosial seperti norma, jaringan, dan kepercayaan sosial yang bisa memfasilitasi kerjasama dan kordinasi yang saling menguntungkan, dimana konsep modal sosial menjadi konsep penting dalam memahami perkembangan ekonomi kontemporer di era globalisasi. Dalam konteks pembangunan, modal sosial dikaitkan pada kapasitas bekerja sama, membangun kepercayaan dan kewarganegaraan. Bila melihat setiap pembangunan maka modal sosial memiliki pengaruh yang besar dalam setiap hasil dari suatu pembangunan, termasuk di dalamnya pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

4. Pengaruh *Social Capital* (Modal Sosial) Terhadap Minat

Berkunjung

Hasil dari analisis yang diuji menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 22 membuktikan bahwa hasil dari pengujian terdapat pengaruh yang **tidak signifikan** *Social Capital* (Modal Sosial) terhadap Minat Berkunjung. Yang menunjukkan bahwa parameter estimasi antara pengaruh *Social Capital* (Modal Sosial) terhadap minat berkunjung menunjukkan

hasil yang tidak signifikan dengan nilai t CR 1,000 dengan tingkat signifikan sebesar 0,317. Menurut peneliti faktor atau penyebab *Social Capital* tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung, karena kurangnya interaksi secara langsung antar pengunjung dan masyarakat di tempat objek wisata dan kebanyakan pengunjung hanya berfokus pada objek wisatanya saja dan begitu pula dengan masyarakatnya.

Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Ronnie M.T.Sirait, Runggu Besmandala Napitupulu, Dameria Girsang, Agam Sinaga, Lisan Hot Pandiangan bahwa terdapat pengaruh norma yang hidup dalam masyarakat terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba, terdapat pengaruh norma yang hidup dalam masyarakat terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba, Jaringan sosial masyarakat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba. Mengacu kepada ketiga aspek tersebut dapat disebut bahwa kepercayaan, norma, dan jaringan sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba. Sehingga Modal sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Danau Toba sehingga meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

5. Pengaruh Produk Cendramata Lokal Terhadap Kesejahteraan

Masyarakat

Hasil dari analisis yang diuji menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 22 membuktikan bahwa hasil dari pengujian terdapat pengaruh yang **signifikan** Produk Cendramata Lokal Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Menunjukkan bahwa parameter estimasi antara pengaruh Produk Cendramata Lokal Terhadap kesejahteraan masyarakat

menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai t CR 9,253 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis pertama diterima, artinya jika Produk Cendramata Lokal meningkat ataupun terpenuhi maka Kesejahteraan Masyarakat semaking meningkat. Menurut hasil obsevasi peneliti bahwa produk cendramata lokal memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap peningkatan perekonomian masyarakat di desa Siallagan, dikarenakan pengunjung pasti ingin mengenang objek wisata yang pernah mereka kunjungi, salah satunya dengan membeli cendramata khas daerah tersebut, sehingga semakin tinggi penjualan produknya, maka pendapatan masyarakat akan semakin bertambah dan kesejahteraan hidup masyarakat akan semakin meningkat.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rini Setiyoningsih (2019) yang menunjukkan bahwa produk wisata berpengaruh positif terhadap ekonomi masyarakat dikawasan Curug Tujuh Bidadari. Jika variabel produk wisata meningkat, maka pendapatan ekonomi akan meningkat. Dimana jika variabel produk wisata menurun, maka pendapatan ekonomi juga menurun. Hal ini menunjukka, variabel produk wisata memiliki arah hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi. 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.

6. Pengaruh Produk Cendramata Lokal Terhadap Minat

Berkunjung

Hasil dari analisis yang diuji menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 22 membuktikan bahwa hasil dari pengujian terdapat pengaruh yang **signifikan** Produk Cendramata Lokal Terhadap Minat Berkunjung. Menunjukkan bahwa parameter estimasi antara pengaruh Produk Cendramata Lokal Terhadap minat berkunjung menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai t CR 4,958 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis pertama diterima, artinya jika Produk Cendramata Lokal meningkat ataupun terpenuhi maka minat berkunjung semakin meningkat, Menurut observasi langsung ini di sebabkan karena banyak wisatawan yang tertarik dengan produk cendramata lokal atau produk khas dari tempat wisata yang mereka kunjungi,yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh atau pengingat bahwa mereka pernah mengunjungi tempat wisata tersebut.

Dalam teori Kotler dan Amstrong atribut atau produk wisata adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan manfaat yang akan diberikan. keputusan mengenai atribut ini akan berdampak besar pada reaksi konsumen terhadap produk yang bersangkutan . Dari penjelasan diatas menjelaskan bahwa atribut/produk wisata dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen maupun keputusan potensial konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian serta dapat berdampak pada peningkatan kunjungan suatu objek wisata.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Sabrina Ghaitani dan Apriatni Endang Prinatini (2020) yang menunjukkan bahwa Hipotesis pertama yaitu “adanya pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung”

diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu Priyanto, Rizky dan Widiartanto. 2016.” Pengaruh Produk Wisata, Destination Image dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang)” menunjukkan bahwa produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Ridho Rahman & Naili Farida menunjukkan bahwa variabel produk wisata berhubungan positif atau signifikan dengan variabel niat berkunjung kembali melalui *word of mouth*, atau dapat dikatakan bahwa semakin besar produk wisata yang baik, maka akan meningkatkan niat berkunjung kembali melalui *word of mouth* untuk menginformasikan ke orang lain.

7. Pengaruh Minat Berkunjung Terhadap Kesejahteraan

Masyarakat

Hasil dari analisis yang diuji menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 22 membuktikan bahwa hasil dari pengujian terdapat pengaruh yang **tidak signifikan** Minat Berkunjung Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Desa Siallagan. Menunjukkan bahwa parameter estimasi antara pengaruh minat berkunjung terhadap kesejahteraan masyarakat menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai t CR 3,165 dengan tingkat signifikan sebesar 0,002. Dari hasil observasi peneliti penyebab minat berkunjung tidak berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat dikarenakan faktor pendorong perekonomian atau pendapatan masyarakat yang ada di Desa Siallagan tidak hanya berfokus pada wisatawan, karena masyarakat tidak hanya berkerja sebagai pedagang tetapi memiliki pekerjaan sampingan atau sumber pendapatan

lain seperti petani, guru, aparat desa, pegawai negeri sipil (PNS), supir angkot, koperasi dan lainnya.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Selly Ardianti (2017) menunjukkan bahwa kunjungan wisata berpengaruh tidak signifikan terhadap pendapatan masyarakat di Desa Medewi Kecamatan Pekutatan Kabupaten Jembrana. Hal ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang tidak berpartisipasi langsung dalam kegiatan pariwisata yang ada di kawasan Objek Wisata Pantai Medewi ini. Banyak masyarakat di kawasan objek wisata pantai Medewi ini bekerja sebagai petani, nelayan, Pegawai dan wiraswasta. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Novi Dwi Purwanti (2014) dengan judul Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013. Hasil dalam penelitian ini menyebutkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mojokerto tahun 2006-2013.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Nasir Rulloh (2017) menunjukkan bahwa kunjungan wisata berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar objek wisata. Selain itu responden mengindikasikan bahwa dengan peningkatan kunjungan wisata dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan pendapatan dan meningkatnya pendapatan masyarakat tentu akan meningkat pula tingkat kesejahteraan masyarakat. Dari persepsi tersebut proses peningkatan pengunjung wisata juga harus disebabkan oleh keadaan objek wisata tersebut yang bisa menarik minat pengunjung dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Ismayati pada bukunya yang berjudul pengantar pariwisata

yang menyatakan bahwa industri wisata merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan pada penyelenggara pariwisata. Hal ini juga sesuai dengan peraturan pemerintah No.67 Tahun 1996, yang menjelaskan bahwa usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik pariwisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dalam bidang tersebut. Menurut Yoeti (2008:20-21) menjelaskan bahwa dampak positif dapat dilihat dari segi ekonomi makro kegiatan pariwisata yang menimbulkan dampak positif, salah satunya dapat meningkatkan pendapatan serta mempercepat pemerataan pendapatan masyarakat, sebagai akibat dari adanya (*multiplier effect*) dari pengeluaran wisatawan yang relatif cukup besar dari adanya kunjungannya, sehingga jika semakin besar pengeluaran wisatawan maka pendapatan masyarakat akan semakin meningkat dan kesejahteraan akan semakin meningkat pula.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh secara **signifikan** terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Siallagan, dimana nilai probabilitas memiliki bintang tiga.
2. Objek wisata berbasis kearifan lokal berpengaruh secara **signifikan** terhadap minat berkunjung di Desa Siallagan, dimana nilai probabilitas memiliki bintang tiga.
3. *Social Capital* (modal Sosial) berpengaruh secara **tidak signifikan** terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Siallagan
4. *Social Capital* (modal Sosial) berpengaruh secara **tidak signifikan** terhadap minat berkunjung di Desa Siallagan.
5. Produk cendramata lokal berpengaruh secara **signifikan** terhadap terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Siallagan, dimana nilai probabilitas memiliki bintang tiga.
6. Produk cendramata lokal berpengaruh secara **signifikan** terhadap minat berkunjung di Desa Siallagan, dimana nilai probabilitas memiliki bintang tiga
7. Minat berkunjung berpengaruh secara **tidak signifikan** terhadap terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Siallagan.

5.2 Saran

1. Aparat daerah terkhususnya aparat desa seperti kepala desa dan jajaranya, kaum muda dan masyarakat bersama-sama memanfaatkan objek wisata ini untuk meningkatkan kesejahteraan hidup kita baik dengan membuka usaha kecil di dekat objek wisata, baik usaha kuliner khas batak atau souvenir khas batak, dengan ini kita dapat mengembangkan UMKM di Kecamatan Simanindo.
2. Bekerjasama mengembangkan objek wisata dengan ikut gotong royong, menjaga kebersihan, mempromosikan melalui media sosial, baik tiktok, instagram, Facebook dan aplikasi lainnya agar minat kunjung wisatawan meningkat.
3. Kita sebagai generasi penerus harus saling berkerjasama untuk melestarikan budaya adat istiadat batak dan tetap menerapkan nilai-nilai Dalihan Na Tolu di kehidupan kita sehari-hari, baik kepada pengunjung yang datang agar pengunjung memiliki minat untuk berkunjung kembali. Misalnya bersikap sopan santun, ramah tamah, saling menghormati, menjaga etika dan sebagainya.
4. Kita sebagai kaum muda membantu masyarakat untuk memunculkan ide-ide baru, sebagai contoh membuat suatu produk khas wisata tersebut atau yang melambangkan daerah tersebut misalnya ulos, ukiran-ukiran gorga, miniatur rumah adat batak, sortali dan sebagainya.
5. Bagi peneliti selanjutnya, semoga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian di lokasi objek wisata lainnya, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih

mengembangkan variabel penelitian dari banyak sumber maupun referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Yusuf, E. S. (2014). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Place Branding Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Pantai. *Jurnal Ilmiah Solusi*, 1(1), 87–94.
- Anwar, M. A., Syahrani, G., Maulana, A. Z., Putryanda, Y., & Wajidi. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 13(2), 187–197.
- Ardianti, S. (2017). Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Desa Medewi, Kecamatan Pekutatan, Kabupaten Jembrana Tahun 2012-2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 198. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.20005>.
- ASEAN Secretary, 2019. kunjungan wisatawan mancanegara ke negara-negara asean.
- Badan pusat statistik indonesia.2019.* Jumlah Tamu Asing Pada Hotel Bintang (Ribu Orang) Pada Tahun 2015-2019.
- Badan pusat statistik provinsi sumatera utara.2019.* Tingkat Penghunian Kamar Hotel dan Akomodasi Lainnya menurut Kabupaten/Kota (%), 2013 - 2017.
- Badan pusat statistik kabupaten samosir.2019.* Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kabupaten Samosir Pada Tahun 2011 - 2018 (Jiwa).
- Bagiana, I. G. Y. S., & Yasa, I. nyoman M. (2017). Pengembangan Desa Wisata Terhadap Kesejahteraan. *E-Jurnal Ep Unud*, 6(9), 1836–1867.
- Dinas kenudayaan dan pariwisata kabupaten samosir.* Objek Wisata Di sembilan Kecamatan Di Kabupaten Samosir.
- Efendi, B. (2020). Model Simultan Indeks Stabilitas Institusi Keuangan Dan Indeks Stabilitas Pasar Keuangan Dalam Mendukung Pencapaian Sasaran Akhir Kebijakan Moneter Negara Emerging Market Di Asia Barat. *JEpa*, 5(2), 278-284.
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jps.v6i1.47463>.
- Hermawan, H. (2017). *Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal*. III(2), 105–117. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xhkww>.
- Hermawan, W., & Wardhana, A. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Manca Negara Ke Indonesia. *QE Journal*, 05(01), 16–27. <https://qe-journal.github.io/publications/QEJ-Vol-05-No-01-Article-02-Wawan-Hermawan-&-Adhitya-Wardhana.pdf>.
- Hiariey, L. S., & Sahusialawane, W. (2013). Dampak Parisata Terhadap Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Pelaku Usaha di Kawasan Wisata Pantai Natsepa, Pulau Ambon (Tourism Impact in income and welfare of

Businessman at The Area of Natsepa Beach , Ambon Island). *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 9(1), 87–105.

- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., & Tarigan, A. S. P. (2019, March). UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Khabachev, L. D., Plotkina, U. I., Bugaeva, T. M., & Yurkova, A. B. (2018). Assessment of systemic effects from integration of distributed generation facilities into regional energy systems. *2017 6th International Conference on Reliability, Infocom Technologies and Optimization: Trends and Future Directions, ICRITO 2017, 2018-January*(September), 188–193. <https://doi.org/10.1109/ICRITO.2017.8342422>.
- Kirom, N. R., Sudarmiati, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546.
- Kurnianto Tjahjono, H. (2017). Modal Sosial Sebagai Properti Individu: Konsep, Dimensi Dan Indikator. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 8(2), 184–189. <https://doi.org/10.18196/bti.82092>.
- Mahadewi, N. M. E., Bendesa, I. K. G., & Antara, M. (2014). Factors Influencing Tourists Revisit to Bali as Mice Destination. *E-Journal of Tourism*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.24922/eot.v1i1.9845>.
- Nain, U. (2019). Pembangunan Desa Dalam Perspektif Sosiohistoris. *Garis Khatulistiwa*.
- Nugraha, S., & Sumardi, S. (2019). Destinasi Wisata Kuliner Berbasis Makanan Tradisional di Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 7(2), 33–46. <https://doi.org/10.36983/japm.v7i2.51>.
- Pitana, (2009) *Teori Pariwisata*, Buku Pengantar Ilmu Pariwisata; Bandung
- Priyanto, R., Widiartanto, W., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 217–226.
- Program Pembangunan Pariwisata Terintegrasi, dan Berkelanjutan (P3TB).2020*. Jumlah Hotel dan Jumlah Kamar Berbintang dan Non Bintang (2018-2019).
- Rahma, F. N., & Handayani, H. R. (2013). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Obyek Wisata Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Kudus. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(2), 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/19638-ID-pengaruh-jumlah-kunjungan-wisatawan-jumlah-obyek-wisata-dan-pendapatan-perkapita.pdf>.

- Rusiadi, S.E., M.Si, Subiantoro Nur, S.E., M.Si dan Hidayat Rahmat, S.E., M.M. 2017. *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*
- Rahmawati, D., & Naibaho, A. R. (2018). Tingkat Gemeinschaft City Masyarakat pada Permukiman Nelayan Kedung Cowek. *Jurnal Penataan Ruang*, 13(2), 54-59.
- Pembangunan. Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisrel, USU press
- Saintech, A. (n.d.). *ATDS SAINTECH - Journal of Engineering*. 13–19. samosirkab.bps.go.id. *pendapatan asli daerah (2013-2019)*.
- Sanusi, A., Rusiadi, A. N., Rangkuti, D. M., Nasution, L. N., Hasibuan, A. F. H., & Nasution, D. P. (2018). GCG Simultaneity Effects, Profit Management And Value Of Indonesian Retail Companies. *Int. J. Civ. Eng. Technol*, 9(7), 1506-1518.
- Sari, M. E. P., & Pratiwi, D. A. (2018). Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Kesejahteraan Hidup Masyarakat Suku Laut Pulau Bertam Kota Batam. *Jurnal Trias Politika*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.33373/jtp.v2i2.1464>.
- Sayangbatti, D. P. (2015). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 126–136. <https://doi.org/10.22146/jnp.6372>.
- Sihombing, N. E. T., Kesekretariatan, P. S., Toba, D., Simanindo, K., Ilmiah, M., Mandiri, P., & Prestasi, B. (2014). *Pengaruh kunjungan wisatawan terhadap pendapatan masyarakat di kecamatan simanindo kabupaten samosir. 1*, 81–93.
- Suastika, I., & Yasa, I. (2017). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan Dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Dan Kesejahteraan Masyarakat Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(7), 1332–1362.
- Subrata, A. G., & Damanik, D. (n.d.). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri*.
- Suchaina. (2014). Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 89–109. <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/ILMU-PSIKOLOGI/article/view/1072/938>.
- Sugiharto, E. (2007). Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Desa Benua Baru Ilir Berdasarkan Indikator Badan Pusat Statistik. *Epp*, 4(2), 32–36.
- Surgawi, I., & Sutopo. (2016). Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(4), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>.

Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.

Syamni, G., & Malikussaleh, U. (2010). Profil Social Capital Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 174–182.

Todaro, Michael P. 2000. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

Todaro, (2003) *Tentang Kesejahteraan*, Penerbit Sugiarto; Jakarta.

ww.worldbank.com.