UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

MEDAN INDONESIA

Panitia Ujian Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Strata Satu (S1) Terakreditas berdasarkan keputusan BAN-PR No. 527/DE/A.5/AR.10/VII/2023, menyatakan bahwa:

Nama : Relumhot Gurning

Npm : 20210014

Program Studi : Administrasi Bisnis

Telah mengikuti Ujian Skripsi dan Lisan Kompherensive Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis Program Strata Satu (S1) pada hari Rabut, 28 Agustus 2024, Dinyatakan LULUS

Panitia Penguji

1.	Ketua	: Dra. L. Primawati Degodona, MSP	1.
2.	Sekretaris	: Ridhon MB. Simangunsong, SE., MMA	2.
3.	Penguji Utama	: Dr. Drs. Nalom Siagian, MM	3.
4.	Anggota Penguji	: Drs. Charles M. Sianturi, MSBA	4.
5.	Pembimbing Utama	: Dra. Natalia E.T. Sihombing, M.Si	5.

Diketahui

Dekan

Dr. Drs. Nalom Siagian, MM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu Negara berkembang yang sedang mengupayakan pengembangan kepariwisataan. Kepariwisataan merupakan kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk memperbesar penerimaan devisa Negara, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha serta penambahan lapangan pekerjaan terutama bagi masyarakat setempat. Indonesia bisa dikatakan memiliki potensi alam, keaneka ragaman flora dan fauna, peninggalan purba kala, dan wisata budaya yang merupakan modal besar bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan. Menurut Undang Undang Kepariwisataan No. 10 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengelola, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Bebas Parapat YangBerkunjung Pada Tahun 2023

No.	Bulan	Jumlah (Orang)
1	Januari	5.736
2	Februari	5.410
3	Maret	3.349
4	April	7.210
5	Mei	5.032
6	Juni	6.200
7	Juli	6.500
8	Agustus	7.010

9	September	5.075
10	Oktober	4.021
11	November	3.856
12	Desember	9.253
	Total	68.652

Sumber : Dinas kepariwisataan Kabupaten Simalungun 2023

Tabel 1.2 Jenis Usaha Dan Jumlah Usaha Di Pantai Bebas Parapat

No.	Jenis Usaha	Jumlah	Rata-rata Penghasilan Perbulan
1	Pedagang Aksesoris	3	Rp. 4.500.000
2	Pedagang Makanan dan minuman	11	Rp.8.000.000
3	Sewa permainan anak-anak	6	Rp.3.500.000
4	Jasa fotografer	3	Rp.2.000.000

Sumber : pengelola pantai bebas parapat kabupaten simalungun 2023

Geopark adalah sebuah wilayah geografi yang memiliki warisan geologi dan keanekaragaman geologi yang bernilai tinggi, termasuk di dalamnya keanekaragaman hayati dan keragaman budaya yang menyatu di dalamnya, yang dikembangkan dengan tiga pilar utama, yaitu konservasi, edukasi dan pengembangan ekonomi lokal. Indonesia juga memiliki tujuh kawasan Geopark Nasional, serta terdapat lebih kurang 80 kawasan yang menjadi kandidat Geopark Nasional pada 2025. Geopark bisa menjadi solusi alternative pemanfaatan kekayaan alam dan budaya untuk kebangkitan ekonomi dan pemberdayaan sosial yang tetap mengedepankan faktor pelestarian dan perlindungan lingkungan," ujarnya saat membuka Konferensi Nasional Geopark Indonesia. Lebih jauh, Menko Luhut menyampaikan pasca pengakuan dua situs taman bumi Indonesia sebagai UNESCO Global Geopark tersebut, daya tarik kawasan sekaligus peluang investasi di beberapa sektor berpotensi untuk meningkat pesat.

“Dari pengembangan geopark, sektor jasa wisata, industry UMKM, industri kreatif, perhotelan, pertanian, kuliner dan beberapa sektor terkait lainnya bisa tumbuh,” beber Menko Luhut. Pengembangan geopark memberikan kontribusi nyata, antara lain, untuk pengembangan wilayah, peningkatan ketahanan masyarakat dari bencana, mendidik masyarakat pada kehidupan yang baik dengan menghormati budaya yang beragam, pemberdayaan perempuan untuk memperoleh tambahan sumber pendapatan, memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat dengan adanya wisata geopark, serta terjalinnya kerjasama antar daerah dan negara dalam mendayagunakan keragaman geologi, keragaman hayati dan budaya, serta jasa lingkungan.

Pantai bebas merupakan salah satu tempat wisata yang sudah ditetapkan sebagai wisata geopark dan menjadi tempat mayarakat untuk memperoleh pendapatan untuk kebutuhan sehari-harinya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka sangat perlu dilakukan penelitian untuk mengenali potensi pariwisata yang ada di Pantai Bebas Parapat, karena potensi yang besar tetapi tidak disertai dengan pengelola dan pengembangan berkelanjutan di Pantai Bebas. Untuk itu dapat menggali potensi dan pengelolaan dan pengembangan pariwisata di Parapat, maka dilakukan suatu penelitian dengan judul “Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Kreatifitas Usaha Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Pantai Bebas Parapat, Kabupaten Simalungun”.

Pengembangan pariwisata dapat membangun semangat kebangsaan dan aprisiasi terhadap kekayaan seni budaya bangsa. Provinsi Sumatera Utara juga menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian dengan demikian sektor pariwisata semakin berkembang kedepannya. Daerah Sumatera Utara terdapat berbagai macam tempat wisata yang menarik perhatian para wisatawan. Salah satu tempat wisata yang tidak kalah menarik dari tempat destinasi lainnya di Sumatera Utara berada di Kelurahan Parapat

Kabupaten Simalungun.

Salah satu potensi pariwisata yang dimiliki Kelurahan Parapat adalah Pantai Bebas Parapat. Potensi wisata ini jika tidak dikelola dengan baik dan benar tentunya akan memberikan dampak terhadap pembangunan secara menyeluruh di Kelurahan Parapat. Menurut hasil wawancara dengaan salah satu responden Irfan Samosir yang merupakan penduduk asli yang bertempat tinggal di Kelurahan Parapat sebagai pengelola salah satu kawasan wisata di Kelurahan Parapat yakni Pantai Bebas Parapat, beliau mengatakan bahwa sebagian besar masyarakat sangat mendukung adanya objek wisata ini, karena adanya objek wisata ini masyarakat bisa berwirausaha untuk membantu perekonomian keluarga termasuk keluarga responden.

Objek wisata Pantai Bebas Parapat ini mempunyai daya tarik yang tidakbanyak di tempat wisata lainnya, yaitu perairan yang jernih dan bersih serta keadaan alam dan udara yang sejuk yang dilator belakangi pemandangan hotel- hotel serta perbukitan. Perkembangan perkembangan Pantai bebas Parapat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasikan permasalahan, sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh junlah kunjunngan wisatawan terhadap penndapatan Masyarakat Pantai Bebas Simalungun?
2. Seberapa besar pengaruh Kreativitas usaha terhadap penndapatan Masyarakat Pantai Bebas Simalungun?
3. Seberapa besar pengaruh jumlah kujungan wisatawan dan kreativitas usaha secara simultan terhadap penndapatan MasyarakatPantai Bebas Simalungun?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh jumlah kunjungan wisatawan terhadap pendapatan Masyarakat Pantai Bebas Simalungun.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kreativitas usaha terhadap pendapatan Masyarakat Pantai Bebas Simalungun.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh jumlah kunjungan wisatawan dan kreativitas usaha secara simultan terhadap penndapatan Masyarakat Pantai Bebas Simalungun.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan melaksanakan penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan dan kemampuan dibidang pendidikan baik secara teori maupun aplikasi dilingkungan kampus.

2. Sebagai bahan penambah pengetahuan ilmiah dan sumbangan pemikiran sebagai bahan dokumen penelitian lebih lanjut
3. Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program pengembangan serta menentukan metode dan media pengembangan yang tepat untuk mengembangkan objek wisata.
4. Sebagai bahan referensi sumbangan pikiran penulis kepada calon peneliti khususnya mahasiswa program studi Administrasi Bisnis,Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pariwisata & Wisatawan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan usaha dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Menurut Sugiama (2011:13), Wisatawan adalah individu atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata untuk maksud untuk beristirahat, berbisnis, berobat atau melakukan kunjungan keagamaan dan untuk perjalanan studi.

Pengertian Pariwisata secara etimologi Menurut Yoeti (2015:9) berasal dari bahasa sansekerta yang memiliki persamaan makna dengan tour, yang memiliki arti berputar-putar dari suatu tempat . kata pariwisata yang terdiri atas dua kata yaitu "pari" dan "wisata". Pari berarti "banyak" atau "berkeliling", sedangkan wisata berarti "pergi" atau "bepergian". Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar- putar dari satu tempat ketempat yang lain. Sejalan dengan hal itu, Suswantoro (2004:36) berpendapat bahwa Pariwisata adalah kepergiaan seseorang dalam sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan dorongan untuk kepentingan baik dari kepentingan ekonomi, social, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, guna menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Masih dalam pengertian yang sama menurut Damanik (2006:118) Pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks.

2.2 Jenis-jenis Wisata

Menurut Ismayanti (2010:53) menyatakan ada beberapa jenis objek wisata yaitu:

a. Alam wisata, yang terdiri dari:

1) Wisata pantai (Marine Tourism), merupakan kegiatan pariwisata yang ditunjukan oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga lainnya, termasuk sarana dan prasaran akomodasi, makan dan minum.
2) Wisata etnik (Etnik Tourism) merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
3) Wisata cagar alam (Ecoturismi), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuhan-tumbuhan yang jarang terdapat ditempat-tempat lain.
4) Wisata buru, merupakan wisata yang dilakukan di negerinegeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agan atau biro perjalanan.
5) Wisata agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan dimana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan tinjauan untuk tujuanstudi maupun menikmati segarnya tanaman disekitarnya.

b. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

1) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas bertempuran (battle field) yang merupakan daya tarik wisata utama dibanyak negara.
2) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Musium dapat dikembangkan berdasarkan pada temannya antara lain musium arkelogi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, maupun dengan tema khusus lainnya.

Dari uraian di atas bahwasanya jenis-jenis obyek wisata terbagi menjadi dua yaitu obyek wisata alam dan obyek wisata sosial-budaya. Obyek wisata alam sendiri terdiri dari wisata pantai, wisata etnik, wisata cagar alam, wisata buru, dan wisata agro. Sedangkan obyek wisata soial-budaya terdiri dari Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan

keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya, dan wisata yang berhubungandengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu.

Menurut Fendeli (1995:3) Kegiatan wisatawan dalam berwisata dapat dipengaruhi oleh faktor tertentu baik faktor pendorong dan faktor penarik dalam melakukan kegiatan pariwisata menjelaskan sebagai berikut.

a. Faktor Pendorong
   Faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas meskipun sejenak dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kemacetan lalu lintas.
b. Faktor Penarik
   Faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat wisata. Sesuai dengan fungsi dari kegiatan pariwisata Sujali (1989) membedakan pariwisata menjadi empat jenis yakni pariwisata pendidikan, olahraga, kebudayaan dan social.

2.3 Komponen Pariwisata

a. Sarana Pariwisata

Menurut Suswantoro (2004:28) sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran, dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus di sesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

Selanjutnya menurut Suwantoro (2004:28) sarana wisata dapat dibagi dalam tiga unsur pokok, yaitu:

1. Sarana pokok kepariwisataan (main tourism superstructure)
   a. Biro perjalanan umum dan agen perjalanan
   b. Transportasi wisata baik darat, laut, maupun udara
   c. Restaurant
2. Atraksi wisata (tourist attraction), antara lain kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan tradisional, dan sebagainya.
3. Objek wisata, antara lain: keindahan alam, iklim, pemandangan flora dan fauna, hutan, dan sumber kesehatan seperti sumber air panas belerang, lumpur, dan lain sebagainya.
4. Sarana pelengkap kepariwisataan (supplementing tourism super structure) Fasilitas rekreasi dan olahraga, tennis court, pemandian, kuda tunggangan, photography, dan sebagainya.
5. Sarana penujang kepariwisataan (supporting tourism superstructure antara lain: souvenir shop, mailing service, casino dan entertainment, dan sebagainya.

b. Prasarana Pariwisata

Menurut Yoeti (1985:11), Prasarana adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Wahab (2003:173) membagi prasarana wisata menjadi tiga, yaitu:

1. Receptive Tourist Plant yaitu segala badan usaha atau organisasi yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan. Yang termasuk dalam hal ini adalah:

   a. Perusahaan yang kegiatannya merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan bagi wisatawan, misalnya travel agent dan tour operator.

   b. Badan atau organisasi yang melakukan promosi daerah tujuan wisata, misalnya Tourist Information Centre.
2. Residental Tourist Plant yaitu semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan wisatawan untuk menginap dan tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata. Misalnya: rumah makan, restoran, hotel, wisma, dan sebagainya.
3. Recreative and Sportive Plant yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan olahraga. Misalnya: kolam renang, fasilitas bermain golf, dan sebagainya.

2.4 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata sangat diperlukan pada suatu daerah tujuan wisata. Menurut Instruksi Presiden Tahun 1969 tujuan pengembangan kepariwisataan adalah:

a. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.
b. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
c. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional daninternasional.'

Menurut Sujali (1989:34) Pengembangan pariwisata mendasarkan pada sifat, kemampuan, ruang jangkauan yang akan dicapai Sedangkan menurut Yoeti (2002:21) pengembangan suatu kawasan pariwisata meliputi:

a. Sebagian besar sumber daya fisik atau komponen produk wisata.
b. Analisis pengunjung potensial, kebijakan harga, dan destinasisaingan.
c. Aspek lingkungan, budaya, dan sosial.

Menurut Suwantoro (2004:56) Pengembangan pariwisata sering dikaitkan dengan adanya Sapta Kebijakan Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah, yaitu sebagai berikut:

a. Promosi pariwisata harus dilaksanakan secara selaras dan terpadu, baikdi dalam negeri maupun luar negeri.
b. Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.
c. Kawasan Pariwisata Pengembangan kawasan pariwisata dimaksudkanuntuk:
   1) Meningkatkan peran serta daerah dan swasta dalam

pengembangan pariwisata.
2) Memperbesar dampak positif pembangunan.
3) Mempermudah pengendalian terhadap dampak lingkungan.
4) Wisata Bahari Wisata bahari merupakan salah satu jenis produk wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan.
5) Produk Wisata Upaya untuk dapat menampilkan produk wisata yang bervariasi dan mempunyai kualitas daya saing yang tinggi.
6) Sumber Daya Manusia Sumber daya manusia merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata.
7) Kampanye Nasional Sadar Wisata Kampanye nasional sadar wisata pada hakikatnya adalah upaya memasyarakatkan Sapta Pesona yang turut menegakkan disiplin nasional dan jati diri bangsa Indonesia melalui kegiatan kepariwisataan.

2.4.1 Indikator Jumlah Kunjungan Wisatawan

Jumlah wisatawan adalah banyaknya orang yang melakukan kegiatan atau kunjungan wisata. Banyaknya kunjungan wisatawan, kepadatan tempat wisata, serta lingkungan wisata menggambarkan keunggulan dari daerah tujuan wisata.

Jumlah kunjungan wisatawan mengacu pada jumlah total individu yang mengunjungi suatu lokasi dalam periode waktu tertentu, baik itu wisatawan domestik maupun mancanegara. Pengukuran jumlah kunjungan wisatawan biasanya dilakukan melalui berbagai cara, seperti pencatatan di gerbang masuk destinasi wisata, data registrasi, catatan dari bandara atau pelabuhan, serta survei langsung kepada pengunjung.

2.5 Kreativitas Usaha

2.5.1 Indikator Kreativitas Usaha

Kreativitas memiliki pengertian yang bermacam-macam, ada yang menyebutkan

kreativitas sebagai suatu sikap ataupun perilaku maupun tindakan, namun ada juga yang mendefinisikan kreativitas sebagai suatu cara berpikir semata. McPherson (2011:210) menyatakan bahwa kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat. Pengertian lainnya adalah kreativitas merupakan penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman berlainan untuk menghasilkan ide-ide yang lebih baik. Menurut Supriadi dalam buku Kreativitas, Kebudayaan, dan Perkembangan IPTEK dikutip oleh Yeni Rachmawati mengutarakan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kreativitas berasal dari kata dasar kreatif, yaitu memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu. Sedangkan kreativitas sendiri memiliki arti kemampuan untuk menciptakan atau menemukan sesuatu yang baru yang berbeda dengan sebelumnya.Kreativitas merupakan kemampuan interaksi antara individu dan lingkungannya. Seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia berada, dengan demikian perubahan di dalam individu maupun di dalam lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif.Sedangkan siswa adalah pelajar atau peserta didik yang belajar pada jenjang pendidikan tertentu. Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kreativitas siswa adalah kemampuan yang dimiliki oleh siswa atau peserta didik dalam menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Adapun kemampuan untuk berpikir kreatif menuntut beberapa hal, antara lain:

a. Sikap terbuka

b. Keberanian untuk berbeda dengan biasanya

c. Menguasai satu bidang dengan sangat baik

d. *Buying low, selling high* : melihat sesuatu dari yang tidak disukai banyak orang, kemudian mengolahnya dan memunculkan kembali menjadi sesuatu yang berbeda di saat yang tepat sehingga bernilai tinggi.

Kreativitas didefinisikan tergantung dari orang sebaga "konstruk hipotesis", yakni kreativitas merupakan ranah psikologis yang cukup kompleks danmultidimensi dan yang kedua definisi kreativitas tergantung pada dasar teori yang menjadi acuan pembuat definisi. Piers (dalam Al&Asrori,2006:52) mengemukakan bahwa karakteristik kreativitas adalah sebagai berikut:

1) Memiliki dorongan (drive) yang tinggi.
2) Memiliki keterlibatan yang tinggi
3) Memiliki rasa ingin tahu yang besar.
4) Memiliki ketekunan yang tinggi.
5) Cenderung tidak puas terhadap kemapanan.
6) Penuh percaya diri.
7) Memiliki kemandirian yang tinggi.
8) Bebas dalam mengambil keputusan.
9) Menerima diri sendiri.
10) Senang humor.
11) Memiliki intuisi yang tinggi.
12) Cenderung tertarik kepada hal-hal yang kompleks.

13) Toleran terhdapa ambiguitas.

14) Bersifat sensitif.

a. Kreativitas Dalam Berwirausaha

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.Seorang wirausaha yang kreatif memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan produk yang unik dan berbeda, serta dapat merespon dengan lebih baik. Menurut Zimmerer dalam Yuyus Suryana dan Kartib Bayu (1996:3), kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, akan tetapi juga sangat penting bagi kesinambungan perusahaan (survive). Artinya dapat dikatakan bahwa dalam menghadapi tantangan global, diperlukan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif atau berjiwa kewirausahaan. Enterpreneur merupakan seseorang yang memiliki kreativitas suatu bisnis baru dengan berani mengambil resiko dan ketidakpastian yang bertujuan untuk mencari laba danpertumbuhan usaha berdasarkan idetifikasi peluang dan mampu mendayagunakan sumber-sumber serta memodali peluang ini.

Menurut Kusnadi (2010:33), Wirausaha merupakan sumber pemilikiran kreatif dan inovatif. Berikut bagaimana alam pikiran seorang wirausaha sehingga menjadi sumber kreativitas dan inovasi.

1. Seorang wirausaha selalu mengimpikan gagasan baru.
2. Selalu mencari peluang baru atau mencari cara baru menciptakanpeluang baru.
3. Selalu berorientasi kepada tindakan.
4. Seorang pemimpi besar, meskipun mimpinya tidak selalu cepatdirealisasikan.
5. Tidak malu untuk memulai sesuatu, walau dari skala kecil.
6. Tidak pernah memikirkan untuk menyerah, selalu mencoba lagi.
7. Tidak pernah takut gagal.

Dengan demikian bahwa kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat; dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas, dan inovasi, serta kemampuan manajemen.

b. Konsep Teori Kreativitas 4P

Definisi mengenai kreativitas tergantung pada segi penekanannya, mengingat kompleksitas dari konsep kreativitas yang dapat dilihat dari berbagai aspek. Berikut ini akan dijelaskan lebih dalam lagi mengenai definisi tentang kreativitas. Rhodes dalam Artikelnya yang berjudul "*An Analysis of Creativity*" menganalisis lebih dari 40 definisi tentang kreativitas, menyimpulkan bahwa pada umumnya kreativitas dirumuskan dalam istilah pribadi (*person*), proses (*process*), pendorong (*press*), dan produk (*product*). Rhodes menyebut keempat jenis definisi ini sebagai *The Four P's of Creativity.23*Teori ini yang kemudian diadopsi oleh Utami Munandar sebagai teori4P yang melandasi pengembangan kreativitas anak. Berikut definisi tentang kreativitas berdasarkan 4P menurut para ahli:

1. Pribadi (*Person*)

Memandang kreativitas dari segi ciri-ciri individu yang menandai kepribadian orang kreatif berkaitan dengan kreativitas. Ciri orang kreatif yang didasarkan pada pengembangan sejumlah kualitas pribadi seperti:

a. Nilai intelektual dan artistic seperti membaca buku bermutu.

b. Minat akan kompleksitas, ditunjukkan dari ketertarikan pada usaha menjelajahi masalah

sulit dan rumit untuk mendapatkan solusi dan memahami masalah tersebut.

c. Kepedulian pada pekerjaan dan pencapaian, ini ditunjukkan oleh disiplin diri yang berkaitan dengan pekerjaan, dengan motivasi yang tinggi, serta peduli terhadap usaha mencapai keunggulan.

d. Ketekunan. Orang yang kreatif biasanya mempunyai tekad keras untuk mencapai tujuan dan mengidentifikasikan serta memcahkan masalah di tempat kerja, mempunyai keyakinan kuat akan kekuatan, dan keterampilan yang mendukung tekadnya.

e. Pemikiran mandiri. Orang yang kreatif dan inovatif menunjukkan kemandirian dalam membuat keputusan, meski di antaranya ada kecenderungan menyesuaikan diri dengan pandangan mayoritas atauyang mempunyai kedudukan lebih tinggi.

f. Toleransi terhadap keraguan. Orang kreatif merespons secara positifterhadap situasi yang dianggap meragukan atau tidak menentu.

g. Otonomi. Cenderung mengandalkan diri sendiri dan kurang bergantung kepada orang lain, termasuk membutuhkan kebebasan.

h. Kepercayaan diri. Biasanya yakin akan kemampuan yang dimiliki.

i. Kesiapan mengambil resiko dengan ide-ide baru serta mencoba cara baru meski kondisi lingkungan atau orang yang berada di sekitarnya kurang mendukung.

Hamzah B. Uno dan Nurdin Muhammad (2011:252) mengemukakan ciri-ciri pribadi yang kreatif antara lain:

1) Mampu melihat dari segala arah
2) Hasrat ingin tahu besar

3) Terbuka terhadap pengalaman yang baru
4) Suka tugas yang menantang
5) Wawasan luas
6) Menghargai karya orang lain

2. Pendorong (*Press*)

Menekankan pada pentingnya faktor-faktor yang mendorong mendukung timbulnya kreativitas pada individu. Menurut Robert Franken dalam buku "Human Motivation" yang dikutip oleh Momon Sudarma (2013:18), ada tiga dorongan yang menyebabkan orang bisa kreatif, yaitu:

a) Kebutuhan untuk memiliki sesuatu yang baru, bervariasi, dan lebih baik.
b) Dorongan untuk mengomunikasikan nilai dan ide.
c) Keinginan untuk memecahkan masalah.

Menurut Wankat dan Oreovoc dalam buku "*Teaching Engineering*" yang dikutip oleh Made Wena (2013:138) , meningkatkan kreativitas siswa dapat dilakukan dengan:

a) Mendorong siswa untuk kreatif.
b) Mengajari siswa beberapa metode untuk menjadi kreatif
c) Menerima ide-ide kreatif yang dihasilkan siswa.

Dedi Supriadi dan Mohammad Ali (2014:58) mengemukakan sejumlah bantuan yang dapat digunakan untuk membimbing perkembangan anak kreatif, yaitu:

a. Menciptakan rasa aman untuk mengembangkan kreativitasnya;
b. Mengakui dan menghargai gagasan-gagasan anak;
c. Menjadi pendorong bagi anak untuk mengomunikasikangagasannya;
d. Membantu dan memahami divergensinya dalam berpikir dan bersikap, bukan

menghukumnya (karena kekritisannya);
e. Memberi peluang untuk mengkomunikasikan gagasannya
f. Memberikan informasi tentang peluang yang tersedia.

Adapun yang menghambat berkembangnya kreativitas adalah:

a. Malas berfikir, bertindak, berusaha, dan melakukan sesuatu.

b. Implusif

c. Anggap remeh karya orang lain.

d. Mudah putus asa, cepat bosan, tidak tahan uji.

e. Cepat puas.

f. Tidak berani tanggung resiko.

g. Tidak percaya diri.

h. Tidak disiplin.

i. Tidak tahan uji.

3. Proses (Process)

Menekankan bagaimana proses kreativitas berlangsung sejak dari mulai tumbuh sampai dengan berwujudnya perilaku kreatif. Menurut Rothernberg dalam buku "*The Creativity Question*" dikutip oleh Nugroho J Setiadi (2003:105), proses kreatif identic dengan berpikir manusia, yaitu suatu tipe berpikir divergen yang berusaha melihat berbagai dimensi yang beragam atau bahkan bertentangan menjadi suatu pemikiran yang baru. Wallas (1926:46) menyatakan bahwa proses kreatif meliputi empat tahap secara terperinci dapat dijelaskan proses kreativitas itu sebagai berikut:

a) Persiapan, yaitu seseorang mempersiapkan diri untuk memecahan masalah dengan belajar berpikir, mencari jawaban, bertanya kepada orang, dan sebagainya.
b) Inkubasi, yaitu individu seakan-akan melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut, dalam arti bahwa ia tidak memikirkan masalahnya secara sadar, tetapi "mengeramnya" dalam alam pra-sadar. Tahap ini penting artinya dalam proses

timbulnya inspirasi

c) Tahap iluminasi, yaitu gagasan mulai muncul untuk memecahkan masalah, Kohler melukiskan tahap ini dengan kata: “Now, I see it” (oh,ya).
d) Tahap verifikasi, yaitu dimana ide atau kreasi baru yang muncul harus diuji terhadap realitas. Di sini diperlukan pemikiran kritis. Dengan kata lain, proses divergensi (pemikiran kreatif) harus diikuti proseskonvergensi (pemikiran kritis).

Sedangkan Winardi dalam Yuyus Suryana dan Bayu Kartib (2011:213) menggariskan langkah dalam proses kreatif sebagai berikut:

1. *Saturnation*. Yaitu upaya mengumpulkan data, fakta serta sensasi-sensasi yang kemudian oleh pikiran dijadikan bahan mentah guna memproduksi ide baru. Proses ini dapat berlangsung secara sadar atau di bawah sadar.
2. *Incubation*. Merupakan langkah berikut dalam proses yang berlangsung yang dilaksanakan tanpa adanya sesuatu upaya yang dilakukan secara sadar. Pikiran dibawah sadar menyeleksi informasi yang diolah menjadi berbagai kombinasi yang banyak, kemudian sebagian ditolak sebelum muncul pada pikiran sadar.
3. *Illumination*. Ini berkaitan dengan suatu gejala yang dinyatakan sebagai ilham yang datang tiba-tiba datang dan muncul dalam pikiran dan sering sekali terlihat setelah periode inkubasi yang berlangsung lama. Sekonyong-konyong pemecahan problem muncul dalam benak dan pikiranserta kadang-kadang berisi hal-hal yang perinci.

4. Produk (Product)

Menunjuk kepada hasil perbuatan, kinerja, atau karya seseorang dalam bentuk barang atau gagasan.Kriteria ini merupakan paling eksplisit untuk menentukan kreativitas seseorang, sehingga disebut sebagai kriteria puncak (the ultimate criteria) bagi kreativitas. Menurut Haefele dalam buku *“Creativity and Innovation”* yang dikutip Utami Munandar (2009:12), bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai

makna sosial. Definisi Haefele ini menunjukkan bahwa tidak keseluruhan produk itu harus baru, tetapi kombinasinya. Definisi Haefele menekankan pula bahwa suatu produk kreatif tidak hanya harus baru tetapi juga diakui sebagai bermakna. Sesuatu yang baru di sini bukan berarti harus sama sekali baru, tetapi dapat juga sebagai kombinasi dari unsur-unsur yang telah ada sebelumnya. Basemer dan Treffinger dalam buku *"Analysis of Creative Products Review and Synthesis"* yang dikutip Utammi Munandar menyarankan bahwa produk kreatif dapat digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu:

a. Kebaruan (*novelty*), menyangkut sejauh mana produk itu baru; dalam jumlah dan proses yang baru, teknik baru, bahan baru, konsep baru; dalam hal di dalam dan diluar bidang; dalam hal dampak dari produk terhadap produk kreatif di masa depan.
b. Pemecahan (*resolution*), menyangkut sejauh mana produk memenuhi kebutuhan dari situasi masalah. Dimana produk itu harus bermakna karna memenuhi kebutuhan, mengikuti peraturan yang ditentukan dalam bidang tertentu, dan berguna karna dapat diterapkan secara praktis
c. Kerincian (elaborasi dan sintesis), merujuk pada sejauhmana produk itu menggabungkan unsur-unsur yang tidak sama atau serupa menjadi keseluruhan yang canggih dan konheren (bertahan secara logis).

Rogers mengemukakan bahwa kriteria produk kreatif ialah:

1. Produk itu harus nyata.
2. Produk itu harus baru.
3. Produk itu adalah hasil dari kualitas unik individu dalam interaksi dengan

lingkungannya.

Sedangkan menurut Hamzah Uno dan Nurdin Mohamad (2011:253), produk yang kreatif itu dapat ditunjukan dari sifat:

1. Baru, unik, berguna, dan bernilai
2. Bersifat heuristik, menampilkan metode yang masih belum pernah/jarang dilakukan sebelumnya.

Setelah mengenal konsep kreativitas ditinjau dari empat aspek yaitu aspek pribadi, pendorong, proses, dan produk, dan kebutuhan sosial akan kreativitas yang terasa semakin mendesak di dalam pendidikan. Dengan ulasan singkat dari beberapa teori yang melandasi pengembangan kreativitas, yaitu pertama teori tentang pembentukan ciri-ciri kepribadian kreatif, kemudian menyusul teori tentang aspek pendorong kreatif, dan teori tentang proses kreatif serta bagaimana produk kreativitas itu dapat dinilai. Sama hal nya dengan berwirausaha yang menuntut individu untuk memiliki jiwa yang kreatif, maka dari itu peneliti memilih pengusulan teori 4p dalam melakukan penelitiantentang kreativitas berwirausaha. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Utami Munandar, bahwa 4p dari kreativitas- pribadi, pendorong, proses, dan produk dapat digunakan sebagai dasar darikerangka kerja konseptual dan strategi untuk penelitian tentang kreativitas di Indonesia.

2.6 Pendapatan Pariwisata

Menurut Yoeti (1996:170), Pendapatan pariwisata merupakan bagian dari pendapatan asli daerah yang berasal dari kegiatan kepariwisataan, seperti retribusi tempat rekreasi dan olahraga, pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, dan lain-lain dengan satuan rupiah per tahun.

2.6.1 Faktor-faktor Meningkatkan Pendapatan Pariwisata

Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman maka makin tinggi pula tingkat pendapatanya, kemudian juga tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainya.

Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan tinggi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi dibatasi oleh beberapa faktor tersebut (Nazir,2010). Menurut ArfidaBR (2003: 157-159) berbagai tingkat upah atau pendapatan terkait dalam struktur tertentu yaitu:

1. Sektoral Struktur upah sektoral mendasarkan diri pada kenyataan bahwa kemampuan satu sektor berbeda dengan yang lain. Perbedaan karena alasan kemampuan usaha perusahaan. Kemampuan finansial perusahaan ditopang oleh nilai produk pasar.

2. Jenis jabatan Dalam batas-batas tertentu jenis-jenis jabatan sudah mencerminkan jenjang organisatoris atau keterampilan. Perbedaan upah karena jenis jabatan merupakan perbedaan formal.

3. Geografis Perbedaan upah lain mungkin disebabkan karena letak geografis pekerjaan. Kota besar cenderung 48 memberikan upah yang lebih tinggi dari pada kota kecil atau pedesaan.

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

2.6.2 Indikator Pendapatan

Pendapatan pariwisata merupakan bagian dari pendapatan asli daerah yang berasal dari kegiatan kepariwisataan, seperti retribusi tempat rekreasi dan olahraga, pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, dan lain-lain.

Tabel 2.1

Indikator X1, X2 Dan Y

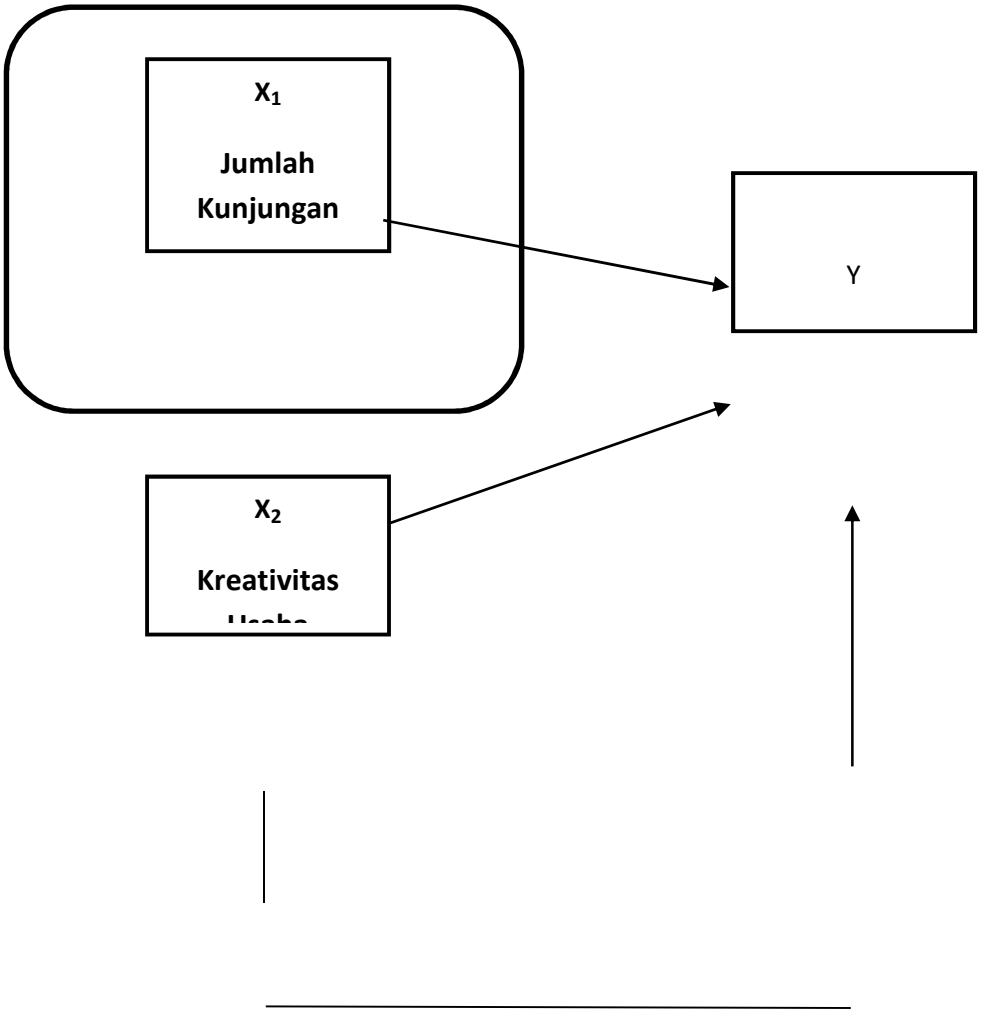
No	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	TREN
1	Jumlah Kunjungan Wisatawan (X1)	Kepadatan Tempat Wisata	Diharapkan
		Umur	Kurang diharapakan
		Hasil	Diharapkan
		Lingkungan	Diharapkan
2	Kreativitas Usaha (X2)	Pendapatan	Diharapkan
		Modal Usaha	Diharapkan
		Lingkungan	Diharapkan
3	Pendapatan (Y)	Jumlah Usaha	Diharapkan
		Lokasi	Diharapkan
		Jumlah Tenaga Kerja	Diharapkan
		Tingkat Pengunjung	Diharapkan

Hasil Pengolahan Data Sekunder (2024)

2.7 Kerangka Penelitian

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Hasil Penelitian
Pertiwi(2014)	Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, retribusi obyek wisata, dan PHR Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Gianyar Tahun 1993-2012	1. Jumlah kunjungan wisatawan(Indepen den) 2. Retribusi obyek (Independen) 3. Pajak Hotel dan Restoran (Independen) 4. Pendapatan asli daerah (dependen)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan, retribusi obyek wisata, obyek wisata, pajak hotel dan restoran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Gianyar Tahun 1993-2012
I Ketut Sudiana (2016)	Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Pajak Hotel, Restoran Dan Pendapatan Retribusi Obyek Wisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Asli Daerah Di	1.Jumlah wisatawan (Independen) 2. pajak hotel dan restoran (Independen) 3. Retribusi obyek wisata(dependen) 4. Pendapatan Asli	- Jumlah kunjungan wisatawan memiliki pengaruh terhadap retribusi obyek wisata -Jumlah kunjungan wisatawan memiliki pengaruh terhadap pendapatan asli daerah -Retribusi obyek

	Kabupaten Bangle Periode 2009-2015	Daerah (dependen)	wisatawan memiliki pengaruh terhadap pendapatan asli -Retribusi obyek wisata memiliki pengaruh memediasi hubungan antara kunjungan wisatawan dengan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bangli melalui pajak hotel dan restorant.
Nur Indah Kurnia Sari (2015)	Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan, dan jumlah hotel terhadap pendapatan asli daerah di pulau Lombok	1.jumlah kunjungan wisatawan (independen) 2. jumlah hotel (independen) 3. pendapatan asli daerah (dependen)	- jumlah kunjungan wisatawan berpengaruh positif terhadap pendapatan asli daerah pada kabupaten/kota dipulau Lombok. Berbagai kebutuhan wisatawan selama perjalanan wisatanya akan menimbulkan gejala konsumtif untuk produk produk yang ada didaerah

			tujuan wisata. -jumlah hotel berpengaruh positif terhadap pendapatan asli daerah pada kabupaten/kota dipulau Lombok
Betamia (2015)	Analisis pengaruh jumlah wisatawan, jumlah objek wisata, pendapatan perkapita dan investasi terhadap pendapatan asli daerah didaerah istimewa Yogyakarta 2006-2012	1 jumlah wisatawan (independen) 2 jumlah objek wisata (independen) 3 pendapatan perkapita (independen) 4 investasi (independen) 5 pendapatan asli daerah (dependen)	Penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan, jumlah objek wisata, pendapatan perkapita, dan investasi berpengaruh positif dan sifnifikan terhadap pendapatan asli daerah di daerah istimewa Yogyakarta.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Pantai Bebas Parapat, Kecamatan Girsang Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun Sumatera Utara. Alasan peneliti melakukan penelitian dilokasi ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui upaya dan potensi pengembangan objek wisata di Kota Parapat.

3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pelitian yang mencakup setiap jenis penelitian yang didasarkan atas perhitungan statistik lainnya. Dengan kata lain, penelitian kuantitatif melibatkan diri pada perhitungan atau angka atau kuantitas (Moleong, 2007:3). Pendekatan kuantitatif yang diperoleh dari jawaban kusioner yang disebarkan kepada sejumlah responden mengenai keterangan-keterangan secara tertulis mengenaianalisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung tanpa media perantara, yang meliputi hasil pembagian kusioner kepada konsumen.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115), menyatakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik dari kesimpulan". Populasi dari penelitian ini adalah pihak Dinas Pariwisata Simalungun, Masyarakat setempat yang berwirausaha dari objek serta pengunjung objek wisata yaitu 68.652 ribu.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang dipilih dari dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Menurut Sugiyono (2012:118) teknik *non probability sampling* yang dipakai adalah teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebgai sampel, bila

dipandang orang yang kebetulan cocok sebagai sumber data. Untuk menentukan besar sampel yang diperlukan, maka digunakan rumus slovin, sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi yang diketahui.

e = Batas toleransi kesalahan (eror tolerance)

Dengan demikian jumlah sampel penelitian dapat dihitung dengan menggunakan rumus tersebut.

$$n = \frac{68.652}{1 + 68.652(0{,}01)} = 99{,}85$$

n = 99,85 di bulatkan menjadi 100 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau

peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Wawancara

Wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula, jadi dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dalam menginter pretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bias ditemukan melalui observasi.

Penulis menggunakan metode ini dengan mengajukan berbagai macam pertanyaan melalui wawancara kepada staf para masyarakat yang khususnya yang membuka usaha disekitar daerah wisata (dekat pantai) yang ada di kecamatan Lumbok Seminung dan langsung dengan yang bersangkutan.

3. Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Selain itu, kuisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas. Kuisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka. Tehnik ini dilaksanakan dengan memberikan pertayaan terstruktur kepada responden yang disajikan dalam bentuk daftar pernyataan tertutup untuk memudahkan penelitian dalam melakukan analisis data. Survei dilakukan dengan membagikan kuisioner yang disebarkan kepada responden.

Dengan serangkaian pernyataan mengenai pengaruh kunjungan wisata dalam mensejahterakan masyarakat. Pengisian kuisioner dilakukan dengan cara self-administered questionare, yaitu responden diminta untuk menjawab sendiri kuisioner yang telah dibuat. Adapun skala yang dipakai adalah sekala likert. Sekala likert digunakan untuk mengukur sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur berdasarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan sekala likert mempuyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu di beriskor:

Tabel 3.1

Hasil Responden dari Pengunjung

NO	Respon	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju(S)	4
3	Ragu-ragu(RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju(STS)	1

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda dengan pengolahan data menggunakan *Software SPPS 2022 for Windows*. Adapun tahap-tahap analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kusioner. Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas ini adalah dengan melakukan kolerasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Dilakukan valid bila nilai kolerasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Umar, 2011).

3.5.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kercayaan suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukuran yang terpercaya. Suatu kusioner dikatakan reliable atau handal, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji relibilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS dengan uji coba Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliable*jika cronbach alpha* > 0.60 (Umar,2011).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk menghasilkan suatu analisis data yang akurat, suatu persamaan regresi sebaiknya harus memenuhi asumsi klasik antara lain normalitas, multikolinearitas, heteroskedatisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:110) menyatakan bahwa "Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak". Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan. Deteksi normalitas data digunakan dengan cara melihat penyebaran data atau titik pada diagonal dari diagram penyebaran data *(scatter diagonal).* Dasar pengambilan keputusan yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis itu, maka model regresi memenuhi asumsi-asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, atau bahkan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikoloniaritas

Menurut Ghozali (2013:91), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya kolerasi antara variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara varibel bebas atau variabel independen. Jika variabel bebas sling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai kolerasi antara variabel bebasnya sama dengan nol. Nilai tolerance dan Variance Inflastion Factor (VIF) dapat diukur melalui program SPSS versi 22. Nilai umumnya yang biasanya dipakai adalah Tolerance > 0,1 atau nilai VIF > 10, maka tidak terjadi multikolineritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:113), Uji heteroskedastistas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastistas, yakni varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Cara yang digunakan untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat Scartter plot.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

a. Jika titik-titik menyeba secara merata, maka tidak terjadiheteroskedastisitas.
b. Jika titik-titik menumpuk pada satu tempat, maka telah terjadi heteroskedastisitas.

4. Regresi Linear Beranda

Pada regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif atau negative dari variabel seluruh undevende (X) dependen (Y) dengan model regresi :

$$Y = a + \boldsymbol{b}_1X_1 + \boldsymbol{b}_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = Jumlah Kunjungan Wisatawan

X2 = Kreativitas Usaha

$b_{1,2}$ = Koefisien Regresi

e = Error

3.6 Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji persial bertujuan untuk mengidentifikasi apakah koefisien regresi dari variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Uji persial (Uji t) dilakukan sebagai dasar untuk menerima atau menolak hipotesis, dilakukan dengan pengujian hubungan kausal menggunakan uji t dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan tabel (Ghozali 2013:116).

Pengujian hipotesis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel, dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji t :

Hipotesis 1:

a. Ho diterima atau H1 ditolak, jika t-hitung > = t-tabel pada tingkatkepercayaan 95% atau = 0.05
b. Ho ditolak atau H1 diterima, jika t- hitung < t-tabel pada tingkat kepercayaan 95%

atau = 0.05

Hipotesis 2:

a. Jika $t_{hitung} > = t_{tabel,}$ dengan nilai $sig. < 0,05$ maka H_o ditolak dan H_i diterima.

   Artinya : Jumlah Kunjungan berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat di Pantai Bebas Parapat Simalungun.

b. Jika $t_{hitung} <, t_{tabel,}$ dengan nilai $sig. < 0,05$ maka H_o ditolak dan H_i diterima.

   Artinya : Kreativitas Usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat di Pantai Bebas Parapat Simalungun.

3.6.2 Uji Serempak (Uji F)

Uji serempak bertujuan untuk mengindentifikasi apakah garis regresi dapat digunakan sebagai penaksir (Ghozali 2013:116).

Kriteria pengambilan keputusan.

a. Ho diterima H1 ditolak, jika F-hitung > = F-tabel pada tingkat kepercayaan 95% atau = 0,05
b. Ho ditolak H1 diterima, jika F-hitung < F-tabel pada tingkat kepercayaan95% atau = 0,05

3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*coefficient of dtermination* atau R^2) digunakan untuk mengukur proporsi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel penjelas (variabel bebas). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur sejauh mana kemapuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 adalah 0-1. Nilai R^2 yang kecil atau mendekatai

nol berarti kemampuan variasi variabel terikat terbatas dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.