

INTISARI

Objek wisata Pantai Senggigi di Kabupaten Lombok Barat merupakan sumberdaya yang bersifat barang publik dimana konsumsi yang dilakukan seseorang terhadapnya, tidak akan mengurangi konsumsi orang lain terhadap barang tersebut. Selain itu, barang publik memberikan manfaat ekonomi yang *intangibile*, yaitu manfaat ekonomi yang tidak dapat dihitung secara riil karena belum memiliki nilai pasar seperti rasa nyaman, pemandangan yang indah, udara yang sejuk dan lain sebagainya. Studi ini bertujuan untuk menghitung nilai ekonomi objek Wisata Pantai Senggigi dengan menggunakan metode *Travel Cost Method (TCM)*. Pengambilan sampel yang digunakan *accidental sampling* dan besarnya sampel 150 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya waktu, persepsi responden, pendapatan individu, tingkat pendidikan dan umur masing-masing berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata pantai Senggigi. Biaya perjalanan dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata pantai Senggigi. Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui nilai ekonomi wisata pantai Senggigi dengan pendekatan biaya perjalanan terbesar berasal dari kabupaten Lombok Timur yaitu sebesar Rp. 473.704.167,-/tahun per 1.000 penduduk.

Kata kunci : Nilai Ekonomi, Travel Cost Method, Wisatawan, Pantai Senggigi, Lombok.

Abstract

The object tourism of Senggigi beach is located in West Lombok Regency, It represents the resource of public commodity wherever the consumption is done by the people towards it. It can't decrease the consumption of the other people towards the commodity. Besides, the public commodity gives the benefit of intangible economy, that are the benefit of economy which can't uncountable in real because of didn't have the market value such as sense of pleasant, the beautiful scenery, the cold wind and etcetera. This study using to the economic value of tourism object of Senggigi beach using the Travel Cost Method (TCM). The sample technic which used in this research is accidental sampling and the amounts of sample are 150 respondents.

The result of the research shows that there is an influence of cost of time, perception of respondents, individual's income, education and the age of whole the visitor's trip to senggigi beach. Travel cost and the facilities aren't having an effect on the amount of visitor's trip to tourism object of Senggigi beach. Based on the calculation of the result , it can be known from the economic value belongs to Senggigi beach tourism with the approach of traveling expense , the biggest traveling expense is from East Lombok Regency which is equal to Rp. 473.704.167,-/year every 1.000 population.

Keywords : *Economic Value, Travel Cost Method, Visitors, Senggigi Beach, Lombok.*