

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia sebagai negara dengan lautan dan pesisir yang luas memiliki potensi untuk pengembangan dan pemanfaatannya. Lautan merupakan barang sumber daya milik umum yang bersifat barang publik dan memiliki eksternalitas sehingga lautan tidak dapat diperdagangkan. Eksternalitas berarti tindakan seseorang dalam memanfaatkan lautan atau pesisir mempunyai dampak terhadap pihak lain, sedang barang publik mempunyai sifat “*nonexclusion*” dan “*nonrivalry in consumption*”. Menurut Suparmoko (2000) Siapa saja boleh menggunakan lautan dan pesisir serta tidak harus melakukan pembayaran (*nonexclusion principle*) dan penggunaan seseorang atas lautan dan pesisir tidak mengurangi volume yang tersedia bagi orang lain (*non rivalry in consumption*).

Dengan keindahan dan keberagaman kekayaan sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia, serta kekayaan atraksi dan budayanya memiliki kesempatan untuk menjual keindahan alam dan atraksi budayanya kepada wisatawan yang akan menikmati keindahan alam dan budaya Indonesia ini. Dengan adanya kunjungan wisatawan nantinya akan mendatangkan pendapatan bagi yang dikunjunginya. Terlebih bagi wisatawan mancanegara yang

datang, tentu akan mendatangkan devisa bagi negara. Hal ini tentunya akan menjadi acuan bagi daerah-daerah untuk dapat mengembangkan dan mengelola pariwisata agar dapat mendatangkan sumber dana untuk sektor pendapatan asli daerah.

Walaupun kekayaan sumber daya alam Indonesia begitu berlimpah bukan berarti pengelolaan dari sumber daya itu harus terabaikan, justru dengan kekayaan sumber daya yang dimiliki maka harus dilakukan pengelolaan secara terus-menerus sebagai usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan cara lebih memperhatikan lingkungan, karena pengelolaan alam yang hanya berorientasi ekonomi hanya akan membawa efek positif secara ekonomi, tetapi menimbulkan efek negatif bagi kelangsungan kehidupan umat manusia (Firmansyah dan Gunawan, 2007).

Salah satu upaya untuk menggali dan meningkatkan nilai tambah bagi sumber daya alam dan lingkungan adalah dengan cara memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan seperti lautan dan pesisir sebagai salah satu kawasan objek wisata atau yang lebih dikenal dengan wisata alam. Namun keindahan alam tersebut juga akan terpengaruh oleh adanya kegiatan manusia yang semakin meningkat, sehingga apabila tidak hati-hati dalam pemanfaatannya maka alam yang indah tersebut akan berubah bentuk dan bersama dengan itu fungsi lingkungan sebagai sumber kesenangan akan berkurang.

Berdasarkan hasil identifikasi Masyarakat Ekowisata Indonesia (MEI) Propinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah tujuan ekowisata (DTE) (Yoeti, 1996) yang banyak dikunjungi wisatawan, baik wisatawan asing

maupun domestik. Hal ini disebabkan oleh keanekaragaman objek wisata yang dimiliki dan juga letak geografis provinsi NTB yang berada diantara jalur segi tiga emas pusat pariwisata Indonesia yaitu Pulau Bali, Pulau Komodo dan Taman Laut Bunaken di Sulawesi.

Nusa Tenggara Barat (NTB) adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beberapa kawasan wisata yang arus kunjungan wisatawan ke daerah ini selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Salah satu Kabupaten yang memiliki potensi wisata yang cukup terkenal adalah Kabupaten Lombok Barat, dimana kabupaten ini memiliki beberapa kawasan wisata yang cukup terkenal secara Internasional seperti Taman Nasional Gunung Rinjani, Pantai Senggigi dan kawasan wisata tiga Gili yang sangat populer.

Pantai Senggigi adalah salah satu objek wisata yang terletak di Kabupaten Lombok Barat, dimana mengundang banyak wisatawan lokal maupun mancanegara karena keindahan alamnya. Pantai ini memiliki ciri khas pasir putih dengan garis pantai yang panjang. Pantai ini menawarkan panorama alam perbukitan yang mengelilingi lokasi objek wisata yang indah. Di lokasi objek wisata senggigi juga sering digunakan sebagai tempat melaksanakan acara-acara budaya seperti festival senggigi. Sebagai gambaran banyaknya wisatawan yang berkunjung ke lombok barat maka tabel dibawah akan memberikan informasi :

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Lombok Barat Tahun 2010-2015

TAHUN	SENGGIGI		LINGSAR		NARMADA		SEKOTONG		JUMLAH	
	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS
2010	68.248	151.165	-	-	33	7.806	1.833	803	70.294	159.774
2011	81.282	174.481	-	-	972	9.340	2.754	1.151	85.008	184.972
2012	101.586	184.364	-	-	328	11.005	8.543	1.394	110.457	196.763
2013	117.334	212.185	595	15.192	318	9.857	14.446	3.118	132.693	240.352
2014	184.327	245.016	-	8.033	-	8.367	16.921	2.706	201.248	264.122
2015	160.176	236.592	-	4.305	-	4.226	22.065	3.196	182.241	248.319
TOTAL	712.953	1.203.803	595	27.530	1.651	50.601	66.562	12.368	781.941	1.294.302

Sumber: Dinas Pariwisata Seni dan Budaya LOBAR 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara dan Nusantara di Kabupaten Lombok Barat tahun 2010-2015, memiliki tren yang cukup berfluktuasi dimana dalam lima tahun pertama terjadi peningkatan yang cukup signifikan. Namun pada setahun terakhir jumlah kunjungan wisatawan Nusantara maupun Mancanegara mengalami penurunan. Dari tabel di atas nampak bahwa kawasan wisata di Kabupaten Lombok Barat, Senggigi memiliki jumlah kunjungan Wisatawan lebih banyak di bandingkan dengan kawasan wisata lainnya seperti Lingsar, Narmada dan Sekotong.

Tabel 1.2

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Wisata Pantai Senggigi Tahun 2010-2015

No.	Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
1.	2010	68.428	151.165	219.593
2.	2011	81.282	174.481	255.763
3.	2012	101.586	184.364	285.950
4.	2013	117.334	212.185	329.519
5.	2014	184.327	245.016	429.343
6.	2015	160.176	236.592	396.768
	Total	713.133	1.203.803	1.916936

Sumber: Dinas Pariwisata Seni dan Budaya LOBAR 2015

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung di objek wisata Pantai Senggigi pada tahun 2010-2015 mengalami fluktuasi kunjungan yang relatif tidak stabil. Jumlah pengunjung mengalami peningkatan dari tahun 2010-2014 tetapi pada tahun 2015 mengalami penurunan kunjungan. Wisata pantai senggigi perlu untuk terus dikembangkan dan tetap dijaga kelestariannya, agar mampu menarik lebih banyak pengunjung dan mengembangkan perekonomian sekitar tempat wisata maupun perekonomian di Lombok Barat.

Untuk mengembangkan suatu tempat wisata dengan pengelolaan sumber daya secara optimal ditunjukkan melalui kesesuaian tarif masuk dengan nilai manfaat yang sebenarnya dirasakan wisatawan termasuk biaya pemeliharaan tempat wisata. Selain itu, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengelolaan dan pengembangan potensi yang dimiliki suatu tempat wisata, maka penting untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nilai manfaat ekonomi dari suatu objek wisata, serta respon yang timbul jika terdapat perubahan tarif masuk dari tempat wisata tersebut.

Pemberian nilai lingkungan diperlukan dalam mengetahui atau menduga nilai barang dan jasa lingkungan. Nilai adalah harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu pada suatu tempat dan waktu tertentu. Kegunaan, kepuasan dan kesenangan merupakan istilah-istilah lain yang diterima dan berkonotasi nilai atau harga. Ukuran harga ditentukan oleh waktu, barang, atau uang yang akan dikorbankan seseorang untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang diinginkannya sedangkan persepsi adalah pandangan individu atau kelompok terhadap suatu objek sesuai dengan tingkat pengetahuan, pemahaman, harapan, dan norma (Djijono, 2002).

Objek wisata Alam 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 *intangible*, 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. Jika dilihat dari harga tiket masuk yang dibayar oleh pengunjung sebesar Rp 3.000,00 per orang diduga tidak sebanding dengan biaya pengelolaan dan pengembangan Wisata Alam Senggigi di Kabupaten Lombok Barat. Oleh karena itu perlu dihitung nilai objek Wisata Alam Senggigi dengan menggunakan metode *Travel Cost Method (TCM)*.

Metode biaya perjalanan (TCM) dilakukan untuk memperkirakan nilai ekonomi dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang atau biaya yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi. Selain

biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan ada pula faktor yang dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata yaitu lamanya waktu yang diperlukan untuk menempuh dari tempat tinggal menuju objek wisata. Jika waktu untuk menempuh semakin banyak maka tingkat kunjungan semakin rendah dan begitupun sebaliknya. Selain waktu, ada beberapa variabel sosioekonomi yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Variabel sosioekonomi tersebut diantaranya umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan (Mill dan Morrison, 1985). Umur secara tidak langsung dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata, karena umur berkaitan dengan waktu luang dan aktivitas serta kemampuan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Variabel pendapatan merupakan faktor penting untuk mempengaruhi wisatawan dalam rangka mengadakan perjalanan wisata. Pendapatan yang diterima seseorang akan digunakan untuk membiayai seluruh pengeluaran selama melakukan kunjungan wisata, sehingga pendapatan akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Variabel tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pemahaman seseorang terhadap kebutuhan psikologis dan rasa ingin tahu tentang objek wisata serta motivasi untuk melakukan perjalanan wisata.

Seperti penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saptutyingsih (2012) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (jenis kelamin, jumlah anak dalam keluarga, pendapatan, kegiatan di sungai) terhadap tingkat kualitas air sungai dengan metode penilaian kontingen (CVM), untuk mengetahui rata-rata kesediaan untuk membayar (WTP) perbaikan

kualitas air sungai, Ordinary Least Squares (OLS) untuk mengetahui faktor-faktor tersebut dalam kaitannya dengan kesediaan untuk membayar. Hasil menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin dan jumlah anak dalam keluarga berpengaruh terhadap kesediaan mereka untuk membayar perbaikan kualitas air sungai.

Penelitian yang dilakukan oleh Selviana (2016) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel bebas (biaya perjalanan, waktu perjalanan, pendapatan, usia, pendidikan, dan jenis kelamin) terhadap jumlah kunjungan objek wisata situs Karangkamulyan dengan menggunakan alat analisis berupa regresi linier berganda dengan metode Ordinary Least Squares (OLS), untuk mengetahui nilai ekonomi dengan menggunakan metode biaya perjalanan dan untuk mengetahui analisis pasar (*trend*). Hasil menunjukkan bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap jumlah kunjungan objek wisata situs Karangkamulyan. Nilai ekonomi total situs Karangkamulyan sebesar Rp8.764.261.290,00. *Trend* jumlah kunjungan cenderung naik dengan rata-rata kunjungan per tahun sebanyak 292 orang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mujiyanto (2012) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, umur, jenis kelamin, pendidikan, kualitas fasilitas-fasilitas dan pendapatan individu terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan Teluk Penyus Kabupaten Cilacap. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *accidental sampling* dan besarnya sampel 150 responden. Uji instrumen yang digunakan adalah korelasi *product moment* untuk uji validitas dan *cronbach alpha* untuk uji reliabilitas. Uji asumsi yang digunakan adalah uji VIF untuk menguji multikolinearitas dan uji park untuk menguji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, kualitas fasilitas-fasilitas dan pendapatan individu menuju Teluk Penyu terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan. Umur, jenis kelamin dan pendidikan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan.

Blackwell(2007) telah menggunakan biaya perjalanan (*travel cost*). Untuk menghitung nilai ekonomi *Mooloolaba Beach* sebesar \$ 863 juta. Hasil penelitian menunjukkan nilai dari taman dihasilkan setiap tahun untuk ekonomi. Bagaimanapun juga \$ 863 juta tersebut bukan pendapatan pantai Mooloolaba. Nilai ini dibedakan ke dalam surplus konsumen pengunjung dan total perjalanan ongkos pengunjung.

Berdasarkan latar belakang di atas, pantai Senggigi termasuk dalam barang yang tidak mempunyai nilai pasar dan termasuk dalam kategori wisata alam khususnya pantai, sehingga dapat dilakukan penilaian ekonomi dengan menggunakan *Travel Cost Method (TCM)*, maka penelitian ini mengambil judul “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Senggigi Kabupaten Lombok Barat: Pendekatan Travel Cost Method”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Pengunjung pantai Senggigi merupakan fokus utama bagi pihak pengelola dalam pemasaran produk jasanya. Keberadaan objek wisata sangat tergantung pada pengunjung yang datang sehingga penting bagi pengelola untuk mengetahui bagaimana karakteristik pengunjung yang mendatangi pantai Senggigi. Hasil penelaahan karakteristik pengunjung diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan dapat digunakan sebagai salah satu dasar dalam menetapkan kebijakan pelayanan oleh pihak pengelola di masa mendatang. Untuk meningkatkan fungsi dan manfaat kawasan pantai Senggigi perlu dihitung nilai ekonomi manfaat rekreasi yang ada di kawasan tersebut. Dengan menjadikan perhitungan yang sesungguhnya diharapkan dapat menarik minat investasi, baik oleh pemerintah, swasta maupun koperasi. Selain itu, hasil penilaian tersebut diharapkan dapat berguna sebagai masukan bagi pengelola pantai Senggigi untuk merumuskan alokasi sumberdaya alam dan alokasi dana pembangunan yang optimum.

Dengan mengacu pada permasalahan yang di kemukakan diatas, maka muncul pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berapa besar nilai ekonomi wisata pantai Senggigi.
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke pantai Senggigi dengan variabel independen biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, fasilitas, pendapatan individu, tingkat pendidikan, dan umur.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui berapa besar nilai ekonomi wisata pantai Senggigi.
2. Mengetahui pengaruh biaya perjalanan menuju Pantai Senggigi terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
3. Mengetahui pengaruh biaya waktu menuju pantai Senggigi terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
4. Mengetahui pengaruh persepsi responden terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
5. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
6. Mengetahui pengaruh pendapatan individu terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
7. Mengetahui pengaruh tingkat pendidikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan.
8. Mengetahui pengaruh umur terhadap jumlah kunjungan wisatawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemerintah dan Instansi yang mengelola tempat wisata

Sebagai bahan acuan untuk menentukan kebijakan dalam pengelolaan objek wisata di Senggigi dan dapat digunakan untuk menerapkan rencana prospek ke depan dalam mengelola objek wisata pantai Senggigi, kabupaten Lombok Barat.

2. Bagi penulis

Sebagai sarana pembelajaran dan penambahan pengetahuan mengenai penilaian biaya perjalanan (*travel cost*) di objek wisata pantai Senggigi, Kabupaten Lombok Barat dan memahami permasalahan lingkungan sumber daya alam.

3. Bagi pembaca

Memberikan wawasan baik dari segi teoritis maupun metodologis kepada peneliti lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang serupa.