

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1) Candi Borobudur merupakan Barang Publik**

Barang publik merupakan barang yang tidak *ekskludabel* dan tidak *rival* maksudnya siapapun boleh memanfaatkan barang ini dan konsumsi seseorang atas barang ini tidak mengurangi peluang orang lain untuk memanfaatkannya. Menurut Ferry Prasetya (2012), barang publik memiliki dua sifat atau dua aspek yang terkait dengan penggunaannya, yaitu:

- a. *Non-rivalry* artinya bahwa penggunaan satu konsumen terhadap suatu barang tidak akan mengurangi kesempatan konsumen lain untuk mengonsumsi barang tersebut. Sehingga setiap orang dapat mengambil manfaat dari barang tersebut tanpa mempengaruhi manfaat yang diperoleh orang lain. Contoh: dalam kondisi normal, apabila kita menikmati udara bersih, dan sinar matahari, orang-orang disekitar kita pun tetap dapat mengambil manfaat yang sama.
- b. *Non-excludable* artinya bahwa apabila suatu barang publik tersedia, tidak ada yang dapat menghalangi siapapun untuk memperoleh manfaat dari barang tersebut. Dalam konteks pasar, maka baik mereka yang membayar maupun tidak membayar dapat menikmati barang tersebut. Contoh : masyarakat membayar pajak kemudian diantaranya digunakann untuk membiayai penyelenggaraan jasa kepolisian, dapat menggunakan jasa kepolisian tersebut tidak hanya terbatas pada yang membayar pajak saja. Mereka yang tidak membayar pun dapat mengambil manfaat atas jasa tersebut.

Candi Borobudur termasuk *Culture Heritage* atau bisa disebut warisan budaya yang dinikmati oleh siapapun tanpa terkecuali, maka dari itu Candi Borobudur merupakan barang publik yang memiliki sifat *non-rivalry* yaitu tidak ada hambatan bagi siapapun untuk menikmati atau mengkonsumsi objek wisata tersebut dan juga *non-excludable* artinya walaupun candi dikonsumsi oleh banyak orang namun setiap konsumen akan tetap mendapat manfaat yang sama.

## 2) Teori Kepariwisata

Menurut Hermann V.Schulalard (1980), kepariwisataan adalah sejumlah kegiatan, terutama ada kaitannya dengan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau negara.

Pendit dalam ayu (2016) mendefinisikan pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis pemerintah tuan rumah, serta masyarakat dalam proses tarik menarik dan melayani wisatawan pengunjung lainnya. Kusmayadi (2000) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan yang mencakup orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya, dan perusahaan-perusahaan yang melayani mereka dengan cara memperlancar atau mempermudah perjalanan mereka atau membuatnya lebih menyenangkan dengan maksud melakukan perjalanan itu.

Ciri-ciri pariwisata sebagai berikut:

- a. Seseorang yang melakukan perjalanan dan keluar meninggalkan tempat tinggalnya.

- b. Perjalanan dilakukan keluar jauh dari lingkungan tempat tinggalnya semula.
- c. Perjalanan itu dilakukan sendirian atau bersama-sama dengan orang lain.
- d. Perjalanan dilakukan hanya untuk sementara waktu dan bias melebihi waktu 24 jam atau sehari semalam.
- e. Perjalanan terkait dengan kegiatan rekreasi atau usaha menyenangkan dirinya.
- f. Orang-orang melakukan perjalanan tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.
- g. Selama dalam perjalanan tinggal disuatu tempat/akomodasi
- h. Dalam melakukan perjalanan, menggunakan alat transportasi laut, darat atau udara.

Unsur-unsur industri pariwisata menurut (Spillane, 1987) ada lima yaitu :

- a. *Attractions* (daya tarik)

*Attraction* dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* adalah daya tarik fisik permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah/dipindah dengan mudah seperti *festival*, pameran, atau pertunjukan kesenian daerah.

- b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

*Facilities* berorientasi pada daya tarik lokasi karena fasilitas harus terletak dengan lokasi tersebut. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas

penginapan dan *Support Industries* (toko souvenir, *loun dry*, pemandu, daerah festival, dll).

c. *Infrastructure* (Infrastruktur)

*Infrastructur*, semakin lama tempat wisata menarik maka akan semakin banyak wisatawan, maka dengan sendirinya akan mendorong perkembangan infrastruktur. Infrastruktur ini termasuk semua konstruksi dibawah ataupun diatas tanah dari daerah juga termasuk sistem pengairan, jaringan, komunikasi, fasilitas kesehatan, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/air, jalan-jalan raya.

d. *Transportations* (Trasnportasi)

Dalam kepariwisataan , kemajuan transportasi sangat dibutuhkan karena menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata, baik transportasi darat, udara, dan laut.

e. *Hospitality* (Keramahtamahan)

Keramahtamahan merupakan unsur yang diperlukan ketika wisatawan berada di lingkungan yang tidak dikenal, jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi.

Menurut Jhon A. Thomas yang ditulis Patrick J.T.Curran (1978:17), mengatakan sebab-sebab mengapa orang melakukan perjalanan adalah:

- a. Ingin melihat bangsa-bangsa lain. Bagaimana tata cara hidup mereka sehari-hari, cara mereka bekerja dan bermain.
- b. Ingin melihat dan menyaksikan sesuatu yang istimewa unik, berbeda dengan yang lain.

- c. Untuk memperoleh wawasan lebih luas, meningkatkan saling pengertian dan apa yang sedang terjadi di tempat atau negara lain.
- d. Untuk mengetahui suatu event tertentu dan ingin berpartisipasi dalam kegiatan event yang dimaksud.
- e. Untuk menghindari kegiatan rutin yang sangat membosankan.
- f. Menggunakan kesempatan ada uang, ada waktu, punya uang tabungan atau ketika kondisi kesehatan memungkinkan.
- g. Untuk mengunjungi tanah leluhur nenek-moyang atau orang tua atau kota dimana suatu keluarga tinggal di masa itu.
- h. Karena pengaruh cuaca, karena ada faktor musim dingin (*winter*), dan musim panas seperti Eropa dan Amerika.
- i. Untuk tujuan kesehatan, berobat, atau olah raga di tempat yang dikunjungi.
- j. Ingin melihat perkembangan ekonomi dan teknologi yang sudah dicapai oleh negara lain.
- k. Ingin melakukan petualangan, mencari sensasi, atau menemukan sesuatu yang baru, serta belum pernah dilakukan orang lain.
- l. Untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan bersejarah untuk dikenang oleh orang di waktu yang akan datang.
- m. Ingin menyenangkan seseorang atau mencari pengalaman yang romantis selama dalam perjalanan.

Menurut Robert Macintosh, (1972:61 dalam Rahmat, 2011), motivasi mengapa orang melakukan perjalanan wisata disebabkan oleh 4 hal, yaitu:

### 1. *Physical Motivation*

Orang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mengembalikan keadaan fisik yang lelah karena bekerja terus, perlu beristirahat dan bersantai, melakukan kegiatan olah raga agar setelah berwisata akan bergairah lagi untuk masuk kerja.

### 2. *Cultural Motivations*

Orang melakukan perjalanan wisata disebabkan ingin melihat dan menyaksikan tingkat kemajuan kebudayaan suatu bangsa, baik di masa lalu maupun apa yang sudah di capai di masa sekarang. Ingin melihat adat-istiadat dan kebiasaan hidup yang berbeda dengan bangsa lain.

### 3. *Interpersonal Motivations*

Orang ingin melakukan perjalanan wisata karena dorongan untuk mengunjungi sanak keluarga atau teman yang sudah lama tidak bertemu.

### 4. *Status dan Prestige Motivations*

Terdapat orang tertentu yang ingin memperlihatkan kepada orang lain tentang siapa dia diantara orang banyak yang ada dilingkungannya. Dengan melakukan perjalanan wisata seakan-akan statusnya lebih dari orang lain, atau semakin banyak ia bepergian ke luar negeri prestisnya akan naik.

Menurut Yoeti (1996), jenis-jenis pariwisata sebagai berikut:

#### 1. Menurut Letak Geografis:

##### a. Pariwisata Lokal (*Local Tourism*)

Jenis pariwisata ini adalah pariwisata setempat, yang memiliki ruang lingkup relative sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja.

b. Pariwisata Regional (*Regional Tourism*)

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan di suatu tempat atau daerah yang ruang lingkungannya lebih luas bila dibandingkan dengan (*Local Tourism*), tetapi lebih sempit jika dibandingkan pariwisata nasional.

c. Kepariwisata Nasional (*National Tourism*)

Kepariwisata dalam arti sempit yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam wilayah suatu negara, sedangkan kepariwisataan dalam arti luas yaitu kegiatan pariwisata yang berkembang dalam suatu wilayah suatu daerah, selain kegiatan “*domestic tourism*” juga dikembangkan “*foreign tourism*” didalamnya termasuk “*in bound tourism*” dan “*out going tourism*”.

d. *Regional-International Tourism*

Yaitu kegiatan pariwisata yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut.

2. Menurut Objeknya

a. *Cultural Tourism*

Jenis pariwisata karena adanya daya tarik seni-budaya suatu daerah maupun untuk mengambil bagian dalam suatu kegiatan kebudayaan itu sendiri. Objek kunjungannya adalah warisan nenek moyang dan benda-benda kuno.

b. *Recuperational Tourism*

Pariwisata kesehatan yang tujuannya untuk menyembuhkan penyakit.

Misal : mandi di sumber air panas.

c. *Commercial Tourism*

Pariwisata yang dikaitkan dengan kegiatan perdagangan internasional atau nasional. Misal : *Fair Exhibition*.

d. *Sport Tourism*

Perjalanan yang bertujuan untuk menyaksikan penyelenggaraan pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.

e. *Political Tourism*

Suatu perjalanan yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara, seperti Hari Angkatan Perang di Indonesia.

f. *Social Tourism*

Perjalanan yang penyelenggaraannya tidak untuk mencari keuntungan. Misal: *Study Tour*

g. *Region Tourism*

Yaitu jenis pariwisata dengan tujuan perjalanan untuk melihat atau menyaksikan upacara keagamaan. Misal: Naik haji/Umrah bagi umat islam.

3. Menurut alasan/tujuan perjalanan

a. *Bussiness Tourism*

Pengunjung datang dengan tujuan dinas, usaha dagang, kongres, seminar, convention.

b. *Vacation Tourism*

Pengunjung datang dengan tujuan sedang beribur, cuti atau vakansi.



c. *Educational Tourism*

Perjalanan wisata untuk tujuan studi atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan.

Pariwisata memiliki peran yaitu peranan ekonomi sebagai sumber devisa, peranan sosial sebagai penciptaan lapangan kerja, peranan kebudayaan sebagai ajang perkenalan kebudayaan dan kesenian (Hutabarat, 1992). Penjabaran sebagai berikut :

a. Peranan dalam Bidang Ekonomi

Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan persinggahan seperti hotel, makanan dan minuman, cinderamata, angkutan, dan kepariwisataan akan mendorong peningkatan dan pertumbuhan bidang pembangunan.

Pengembangan pariwisata berdampak positif bagi perluasan peluang usaha dan kerja. Peluang usaha dan kerja ada karena permintaan wisatawan, dengan kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat menjadi pengusaha hotel, wisma, *homestay*, restoran, warung, angkutan dan lain-lain. Peluang usaha akan memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam menambah pendapatan untuk menggerakkan roda ekonominya.

b. Peranan dalam Bidang Sosial

Dengan semakin luasnya lapangan kerja seperti sarana prasarana (hotel, restoran, dan perusahaan) sebagai usaha “padat karya” maka dibutuhkan tenaga kerja dan makin banyak wisatawan yang berkunjung maka makin banyak lapangan kerja yang terbuka. Dalam hubungannya dengan industri pariwisata penyerapan tenaga kerja terbanyak pada bidang perhotelan, biro perjalanan, pemandu wisata, instansi pariwisata pemerintah yang memerlukan tenaga trampil dan bidang konstruksi pembangunan jalan.

c. Peranan dalam Bidang Kebudayaan

Salah satu peran kebudayaan adalah mendorong pelestarian budaya dan peninggalan sejarah. Indonesia memiliki keanekaragaman budaya, adat istiadat, kesenian dan peninggalan sejarah yang menjadikan daya tarik utama untuk mengembangkan sektor pariwisata. Maka, pengembangan wisata ini diupayakan agar tetap terpelihara, lestari dan dikembangkan.

Peran selanjutnya adalah mendorong terpeliharanya lingkungan hidup, dengan kekayaan dan keindahan alam seperti flora dan fauna, taman laut, lembah hijau pantai dan sebagainya adalah daya tarik wisata. Daya tarik ini harus dipelihara dan dilestarikan karena adalah modal bangsa untuk mengembangkan pariwisata.

Mempertahankan kenaturalan, keaslian dan hal khas yang harus tetap terpelihara sehingga sebagai nilai jual dimata wisatawan.

### 3) Sumber Daya Alam

#### a. Pengertian Sumber Daya Alam

Sumber daya alam merupakan segala sesuatu yang ada di bawah maupun di atas bumi termasuk tanah itu sendiri dan sifatnya masih potensial dan belum dilibatkan dalam proses produksi untuk meningkatkan tersedianya barang dan jasa dalam perekonomian (M Suparmoko, 2015).

Sumber daya alam seperti air, udara, lahan, minyak, ikan, hutan, bebatuan dan lain-lain merupakan sumber daya yang esensial bagi kelangsungan hidup manusia. Hilangnya ketersediaan sumber daya tersebut akan berdampak negatif besar bagi kelangsungan hidup umat manusia di muka bumi ini. Tanpa udara air, manusia tidak dapat hidup. Pengelolaan sumberdaya alam yang baik akan meningkatkan kesejahteraan umat manusia dan sebaliknya pengelolaan sumber daya alam yang tidak baik akan berdampak buruk bagi umat manusia. Oleh karena itu, persoalan mendasar sehubungan dengan pengelolaan sumber daya alam adalah bagaimana sumber daya tersebut agar menghasilkan manfaat yang sebesar-besarnya bagi manusia dengan tidak mengorbankan kelestarian sumber daya alam itu sendiri (Fauzi, 2006).

Sumber daya alam seperti hutan dan perikanan dieksploitasi secara komersial dan atribut lingkungan seperti kualitas udara adalah aset berharga bahwa mereka menghasilkan arus jasa kepada orang-orang. Sumber daya lingkungan dapat memproduksi empat jenis layanan mengalir ke perekonomian. Pertama, sistem sumber daya lingkungan berfungsi sebagai sumber bahan masukan bagi perekonomian seperti bahan fosil, produksi kayu, mineral, air dan ikan. Kedua,

beberapa komponen dari sistem sumber daya lingkungan menyediakan layanan pendukung kehidupan dalam bentuk suasana bernapas dan rezim iklim ditinggali. Ketiga, sistem ini menyebar, mengubah dan menyimpan residu yang dihasilkan sebagai produk dari aktivitas ekonomi. Akhirnya, sistem sumber daya lingkungan menyediakan berbagai macam layanan kemudahan, termasuk kesempatan untuk rekreasi, pengamatan satwa, kesenangan karena pemandangannya indah dan layanan bahkan mungkin yang tidak berhubungan dengan penggunaan langsung dari lingkungan (Freeman III, 1993).

#### b. Macam-Macam Sumber Daya Alam

Menurut Jupri (2010), sumber daya alam dapat dibedakan berdasarkan sifat, potensi dan jenisnya, sebagai berikut:

Menurut sifatnya sumber daya alam dibagi menjadi 3 yaitu 1) sumber daya alam terbarukan (*renewable*), misalkan hewan, tumbuhan, mikroba, air dan tanah. Disebut terbarukan karena dapat melakukan reproduksi dan memiliki daya regenerasi (pulih kembali). 2) sumber daya yang tidak terbarukan (*non-renewable*), misal : minyak tanah, gas, bumi, batu bara, dan bahan tambang. 3) sumber daya yang tidak habis, misalnya : udara, matahari, energi pasang surut dan energi laut.

Menurut potensi penggunaannya, sumber daya alam dibagi menjadi 3 antara lain sebagai berikut : 1) sumber daya alam materi, yaitu sumber daya alam yang dimanfaatkan dalam bentuk fisiknya. Misal : batu, besi, emas, kayu, serat kapas, rosella dan sebagainya. 2) sumber daya alam energi, yaitu sumber daya alam yang dimanfaatkan energinya. Misal : batu bara, minyak bumi, gas

bumi, air terjun, sinar matahari, energi pasang surut laut, kincir angin dan lain-lain. 3) sumber daya alam ruang, yaitu sumber daya alam yang berupa atau tempat hidup, misal : area tanah (daratan) dan angkasa.

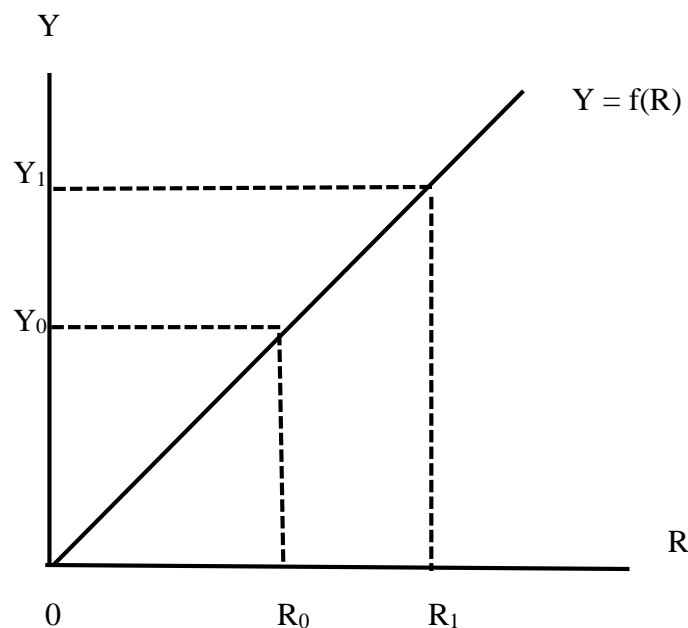
Menurut jenis, sumber daya alam dibagi menjadi 2 yaitu 1) sumber daya alam nonhayati (abiotik), yaitu sumber daya alam fisik berupa benda-benda mati. Misal : bahan tambang, tanah, air, dan kincir angin. 2) sumber daya hayati (biotik) merupakan sumber daya alam yang berupa makhluk hidup. Misal : hewan, tumbuhan, mikroba dan manusia.

Menurut pengelolaannya, sumber daya alam dikelompokkan menjadi 2 yaitu 1) barang privat (*private goods*) yaitu sumber daya alam yang dikelola oleh pemerintah atau dikelola swasta, atau seharusnya dikuasai pemerintah tetapi pengelolaannya diserahkan kepada swasta. Beberapa diantaranya adalah batu bara, minyak, dan bijih besi. 2) barang publik (*public goods*) yaitu, sumber daya alam yang dapat dinikmati siapa saja, sumber daya alam ini agar dapat dialokasikan dan distribusi yang optimal yaitu demi efisiensi dan keadilan berada dibawah campur tangan pemerintah. Sumber daya tersebut diantaranya adalah udara, air dan bebatuan (M Suparmoko, 2015).

### c. Hubungan Sumber Daya Alam dan Pertumbuhan Ekonomi

Hubungan antara sumber daya alam dengan pertumbuhan ekonomi tidak sama dengan hubungan pertumbuhan ekonomi dengan produksi. Dalam hubungannya pertumbuhan ekonomi dengan sumber daya alam bahwa semakin cepat pertumbuhan ekonomi akan semakin banyak barang sumber daya alam yang diperlukan dalam proses produksi dan akan mengurangi tersedianya

sumber daya alam yang ada di dalam bumi karena barang sumber daya alam tersebut harus diambil dari cadangan sumber daya alam. Maka semakin menggebu-gebunya pembangunan ekonomi di negara yang sedang berkembang termasuk negara Indonesia artinya semakin banyak barang sumber daya alam yang diambil dari dalam bumi dan semakin sedikit volume cadangan sumber daya alam tersebut. Dengan demikian ada hubungan positif antara kuantitas barang sumber daya alam dan pertumbuhan ekonomi, tetapi sebaliknya ada hubungan negatif antara pertumbuhan ekonomi dan cadangan sumber daya alam yang ada di dalam bumi (M Suparmoko , 2015).



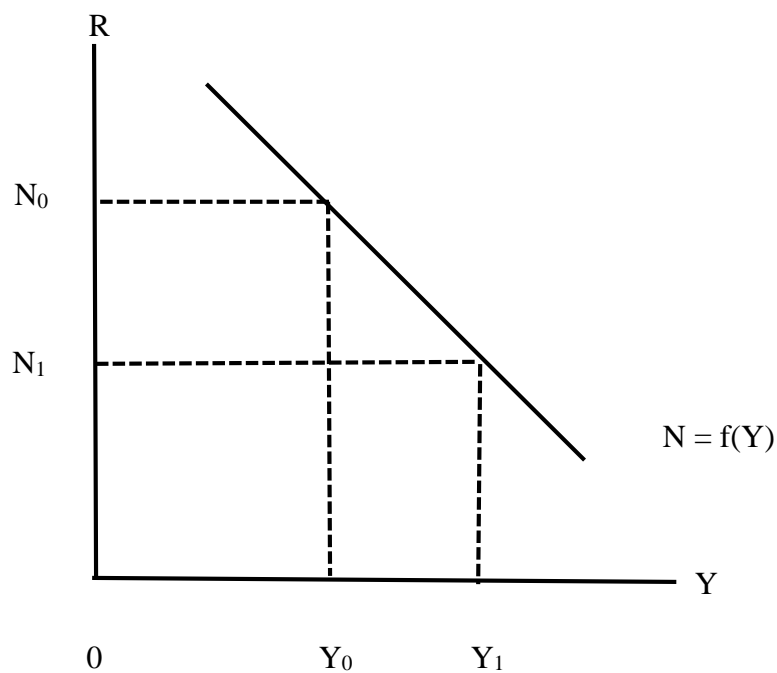
**GAMBAR 2.1.**

Hubungan antara Pendapatan Nasional dan Barang Sumber Daya

Gambar diatas menunjukkan bahwa tingkat pendapatan nasional yang digambarkan pada sumbu vertikal sebagai fungsi dari pemakaian barang sumber daya yang digambarkan pada sumbu horisontal . Kurva  $Y = f(R)$

menunjukkan adanya hubungan positif antara jumlah barang sumber daya yang dipakai dalam proses produksi dengan tingkat pendapatan nasional.

Dapat dilihat jika jumlah barang sumber daya alam yang dipakai dalam perekonomian setinggi  $R_0$ , maka tingkat pendapatan nasional akan setinggi  $Y_0$ , dan bila jumlah barang sumber daya yang dipakai menjadi  $R_1$  maka tingkat pendapatan nasional menjadi lebih tinggi yaitu  $Y_1$ .



**GAMBAR 2.2**

Hubungan antara Pendapatan Nasional dan Persediaan Sumber Daya Alam

Gambar diatas menunjukkan bahwa volume cadangan sumber daya alam ( $N$ ) merupakan fungsi dari pertumbuhan ekonomi ( $Y$ ), dan terdapat hubungan negatif artinya, semakin cepat pertumbuhan ekonomi suatu perekonomian maka semakin cepat menipis cadangan sumber daya alam negara yang bersangkutan. Hal ini dapat dilihat saat pertumbuhan ekonomi setinggi  $Y_0$  maka, jumlah cadangan sumber daya alam adalah  $N_0$  dan bila laju

pertumbuhan ekonomi meningkat menjadi  $Y_1$  maka jumlah persediaan sumber daya alam akan menurun menjadi  $N_1$ . Oleh karena itu dengan adanya pembangunan yang sangat cepat bila tidak berhati-hati dalam memanfaatkan sumber daya alam, pembangunan akan menguras sumber daya alam yang kita miliki. Hal ini karena sumber daya alam yang dimiliki akan terbatas adanya dan bahkan bisa menghambat pertumbuhan ekonomi selanjutnya.

#### 4). **Surplus Konsumen**

Menurut Nichoson (2002:19), surplus konsumen adalah nilai yang diterima individu untuk konsumsi yang melebihi dari yang dibayarkan atau nilai yang bersedia dibayarkan seseorang untuk memperoleh hak mengkonsumsi suatu barang pada harga yang sedang berlaku.

Surplus konsumen (*Consumer Surplus/CS*) untuk fungsi permintaan linier dapat dirumuskan sebagai berikut (Fauzi, 2006:216).

$$CS = \text{mean } V^2 / 2\beta$$

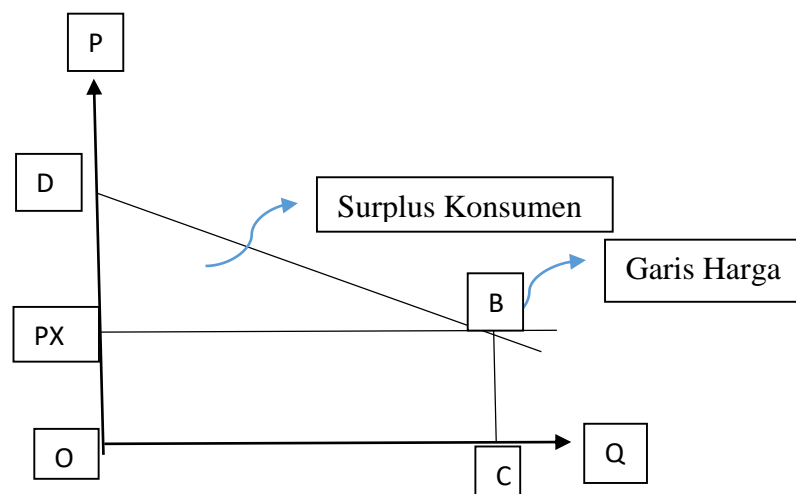
Dimana CS merupakan surplus konsumen ; V adalah rata-rata jumlah kunjungan,  $\beta$  adalah koefisien biaya perjalanan. Nilai Total *Consumer Surplus* (TCS) didapatkan dengan mengalikan *Consumer Surplus* (CS) dengan populasi selama 1 tahun.

$$TCS = CS \times N$$

Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan hal ini bersumber pada hukum *utilitas marginal* yang semakin menurun, selain itu surplus konsumen terjadi karena konsumen membayar pada



tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga terendah yang sama. Kurva surplus konsumen secara sederhana (Boediono, 2012 dalam Aditya: 21) dapat dilihat dari bidang yang terletak diantara kurva permintaan dan garis harga.



**GAMBAR 2.3.**

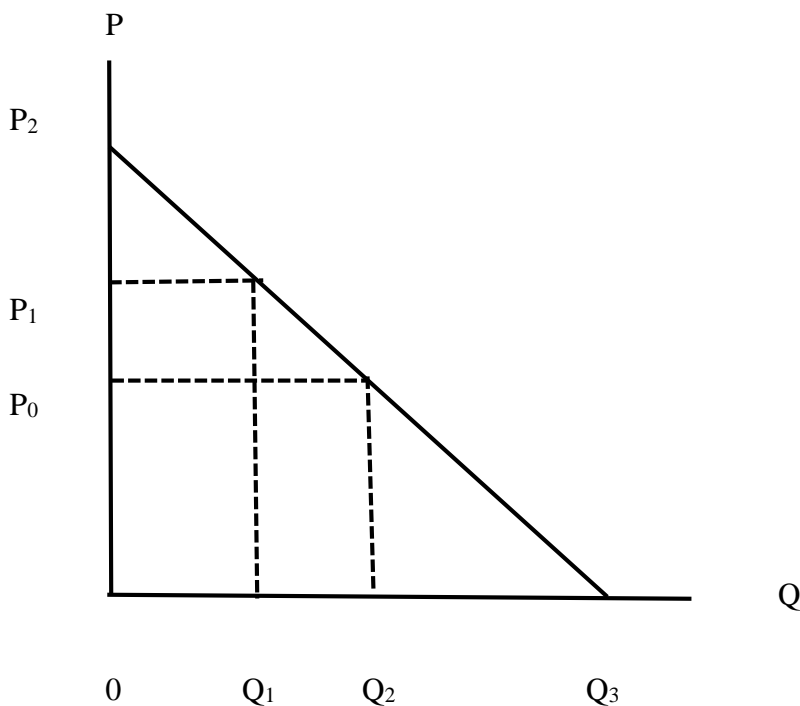
Kurva Surplus Konsumen

Dari gambar kurva diatas dapat dilihat bahwa kurva permintaan menurut pendekatan *marginal utility* adalah kurva *marginal utility* yang dinilai dengan uang. Maka, area OCBD pada gambar di atas adalah *total utility* yang diperoleh konsumen dari berkonsumsi barang X sebanyak OC. Pengorbanan total adalah jumlah uang yang harus di bayarkan untuk memperoleh jumlah OC, yaitu OC dikali harga Opx. Surplus konsumen adalah selisih dari kedua area tersebut, yaitu PxBD. Surplus konsumen menunjukkan keuntungan netto (dalam bentuk kepuasan) yang diperoleh konsumen karena pertukaran bebas, dan spesialisasi dalam produksi

memungkinkan konsumen untuk membayar barang-barang dengan harga yang lebih rendah dari pada nilai barang tersebut.

### 5). Teori Permintaan

Sukirno (2000 dalam Aditya, 2016:20), teori permintaan menerangkan ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan seseorang akan suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga barang itu sendiri, harga barang-barang lain yang memiliki kaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga masyarakat, corak distribusi pendapatan, cita rasa (selera), jumlah penduduk, serta harapan dimasa datang.



**GAMBAR 2.4.** Hubungan antara Harga dan Jumlah Permintaan

Dari gambar di atas menjelaskan hubungan antara harga dengan jumlah permintaan dimana untuk setiap produk adalah jumlah barang yang ingin dibeli oleh

pembeli dan ia mampu untuk membelinya. Jika kita melihat bahwa ketika harga berada pada  $P_0$  maka kuantitas jumlah permintaan barang yang dibeli konsumen sebanyak  $Q_1$ , lalu harga mengalami kenaikan menjadi  $P_2$  sehingga jumlah permintaan barang akan menjadi  $Q_2$ , dan mencapai titik tertinggi dengan harga paling tinggi  $P_3$  jumlah permintaan menjadi 0, titik dimana konsumen tidak mampu membeli lagi karena harga yang cukup tinggi (Mankiw, 2013).

Hukum permintaan menjelaskan bahwa hubungan antara permintaan suatu barang dengan harga. Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut dan sebaliknya makin tinggi harga suatu barang makin sedikit permintaan akan barang tersebut.

Permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah yang menunjukkan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu (Nopirin 2000:32).

Permintaan konsumen akan menentukan macam jumlah barang yang harus dihasilkan, dengan harga dan biaya jual. Permintaan konsumen didukung oleh pendapatan konsumen yang juga merupakan batasan kemampuan konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa (Suparmoko, 2000:55).

## **6). Pengertian Nilai dan Nilai Total**

Menurut Hidayati dan Harjono (2000 dalam Erdah Litriani, 2010) menjelaskan bahwa nilai memiliki arti luas dan tergantung dengan kata yang mengikutinya dan seringkali kata nilai digunakan untuk menggambarkan atau

mengungkapkan makna sesuatu. Nilai yang mengungkapkan tentang produk hasil sumber daya lingkungan harus di telaah dengan baik karena akan menimbulkan perbedaan jika dilihat dari sudut pandang disiplin ilmu, perbedaan konsepsi nilai-nilai tersebut. Nilai ekonomi atau nilai total ekonomi sumber daya secara garis besar di kelompokkan menjadi dua yaitu nilai penggunaan (*use value*) dan nilai intrinsik (*non use value*). Lalu nilai penggunaan (*use value*) dibagi lagi menjadi tiga yaitu nilai penggunaan langsung (*direct use value*) dinilai melalui (metode analisis pasar, *travel cost method*, *hedonic price method*, dan *contingent valuation method*), nilai penggunaan tak langsung (*indirect use value*) dinilai melalui (*avoided damage cost*, *expenditure on preventive measure*, *valuation of change produktivity* dan *restoratin cost*, dan nilai pilihan (*option value*) dinilai melalui *metode contingent valuation*. Sedangkan nilai intrinsik di bagi menjadi dua yaitu nilai warisan (*bequest value*) dan nilai keberadaan (*exsistance value*).

Selain itu penilaian ekonomi juga dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu pendekatan harga pasar dan pendekatan non pasar. Pendekatan harga pasar meliputi pendekatan produktivitas, pendekatan modal manusia (*human capital*) atau pendekatan yang hilang (*foregone earning*), dan pendekatan biaya kesempatan (*opportunity cost*), sedangkan pendekatan non pasar menurut Pearce, Atkinson, dan Murato dalam (Erdah litrianti:2010) dibedakan menjadi dua yaitu *revealede preference* berdasarkan keputusan pembelian aktual melalui pendekatan preferensi masyarakat melalui metode nilai hedonis (*hedonic pricing*), metode biaya perjalanan (*travel cost*), *averting behavior/defensife expenditures* dan *cost of illness/lost output approach* serta *state preference techniques* berdasarkan reaksi

orang terhadap perubahan di pasar, dinilai melalui metode *contingent valuation methode/contingent behavior methode, dan choice modelling*.

Secara notasi, total nilai ekonomi (TEV) dapat ditulis:

$$TEV = UV + NUV$$

$$UV = DUV + IUV + OV$$

$$NUV = XV + BV$$

$$\text{Sehingga ; } TEV = (DUV + IUV + BV) + (XV + BV)$$

Keterangan :

TEV = *Total Economic Value* (Total Nilai Ekonomi)

UV = *Use Value* (Nilai Penggunaan)

NUV = *Non Use Value* (Nilai Intrinsik)

DUV = *Direct Use Value* (Nilai Penggunaan Langsung)

IUV = *Indirect Use Value* (Nilai Penggunaan tak Langsung)

OV = *Option Value* (Nilai Pilihan)

XV = *Existence Value* (Nilai Keberadaan)

BV = *Bequest Value*

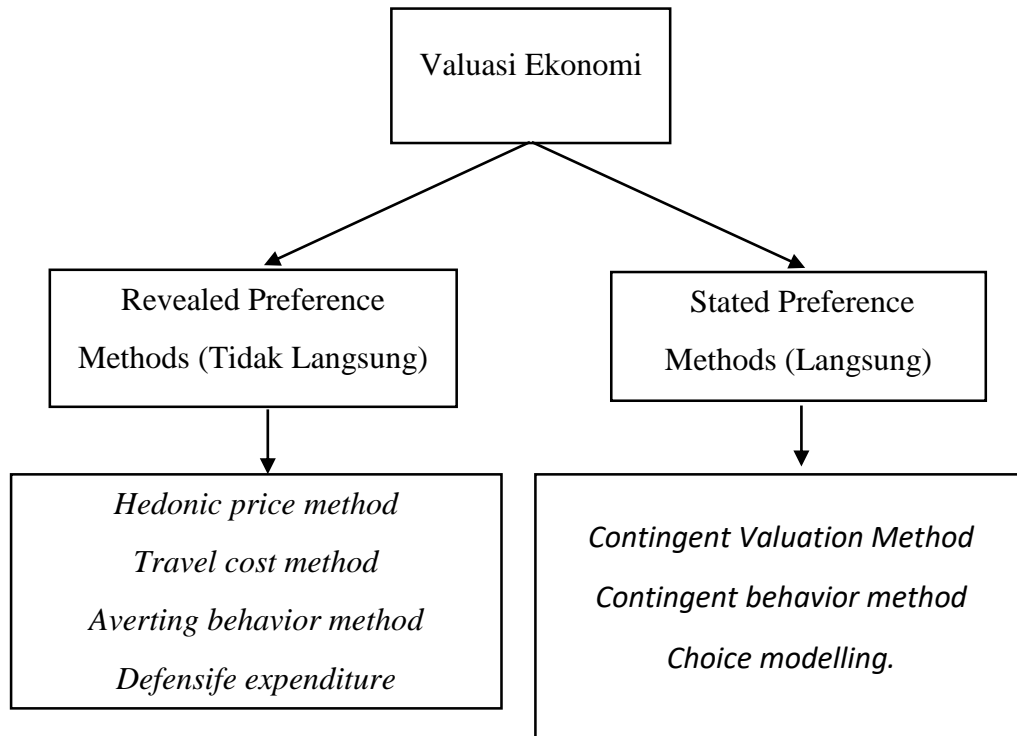
## 7). Valuasi Ekonomi

### a) Pengertian Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan suatu upaya memberikan penilaian terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan atas nilai pasar (*market value*) maupun non pasar (*non market value*). Tujuan dari studi valuasi adalah untuk menentukan besarnya *Total Economic Value* (TEV) pemanfaatan sumber daya dan lingkungan (Noya, 12).

**GAMBAR 2.5.**

Teknik Valuasi Non Pasar



Sumber : Fauzi (2006:212)

Menurut Fauzi (2006:212), teknik valuasi non pasar dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu teknik valuasi sumber daya alam yang mengandalkan harga tak terungkap (*revealed preference techniques*) dan teknik teknik valuasi sumber daya alam berdasarkan survei (*stated preference techniques*). Revealed preference technique digunakan untuk mengandalkan harga tidak terungkap dimana *willingness to pay* (WTP) diketahui melalui model yang dikembangkan .Teknik valuasi yang termasuk (*revealed preference techniques*) adalah *hedonic pricing method*, *travel cost method*, *averting behavior method*, *defensive expenditure method*, *cost of illness method*, *random utility method*. *Stated preference techniques* adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survei dimana keinginan membayar

diperoleh langsung dari responden, teknik yang termasuk *revealed preference techniques* adalah *contingent valuation, choice modelling*.

b) *Travel Cost Method* (Biaya Perjalanan)

*Travel Cost Method* (TCM) adalah metode yang tertua untuk melakukan pengukuran nilai ekonomi tidak langsung. Metode ini diturunkan dari pemikiran Hotteling pada tahun 1931 dan diperkenalkan oleh Clawson dan Knetsch (1966). Metode ini biasanya digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka, seperti memancing, berburu, hiking dan sebagainya. Metode TCM ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan seseorang untuk mencapai tempat rekreasi serta mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan tempat rekreasi yang dikunjungi (Fauzi:213). Dengan melihat pola pengeluaran dari konsumen dapat dilihat berapa nilai (*value*) yang diberikan konsumen terhadap sumber daya alam dan lingkungan.

Teknik biaya perjalanan ini untuk menilai suatu kawasan tempat wisata dengan cara melihat kesediaan membayar (*willingnes to pay*) para pengunjung melalui biaya perjalanan seseorang/pengunjung yang digunakan untuk menikmati kunjungan ke tempat wisata tersebut. Pendekatan ini menunjukkan bahwa nilai suatu kawasan wisata/situs peninggalan bukan hanya dilihat dari tiket masuk saja, namun juga mempertimbangkan biaya- biaya yang dikeluarkan pengunjung menuju lokasi wisata dan hilangnya pendapatan potensial mereka karena waktu yang digunakan untuk kunjungan tersebut (Nugroho, 2012).

Secara sederhana metode biaya perjalanan yaitu nilai manfaat yang didapat dari suatu situs atau kawasan wisata akan setara dengan biaya perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat untuk mengunjungi situs tersebut (Turner dkk, 1994). Metode ini dapat digunakan untuk mengestimasi manfaat ekonomi atau biaya-biaya sebagai hasil dari :

- a. Perubahan-perubahan biaya masuk dari sebuah situs rekreasi.
- b. Pengeluaran terhadap sebuah situs rekreasi yang ada.
- c. Tambahannya sebuah tempat rekreasi baru.
- d. Perubahan kualitas lingkungan pada sebuah.

Keuntungan *Travel Cost Method* lainnya sebagai berikut:

1. Penelitian didasarkan pada perilaku aktual orang benar-benar melakukan.
2. Metode ini relatif murah untuk diterapkan
3. Hasil relatif mudah untuk menafsirkan dan menjelaskan
4. Survei langsung mempermudah dalam menetapkan sampel yang besar, dan pengunjung simpatik untuk ikut berpartisipasi.

Menurut Suparmoko (2012:264), metode biaya perjalanan digunakan untuk menilai lingkungan pada objek-objek wisata. Pendekatan ini menganggap bahwa biaya perjalanan dan waktu yang dikorbankan oleh wisatawan menuju objek wisata adalah sebagai nilai lingkungan yang wisatawan bersedia untuk membayar.

Menurut Fauzi (2006), agar dalam menerapkan *travel cost method* dalam penelitian sehingga diperoleh hasil yang tidak bias maka fungsi permintaan harus di bangun dengan asumsi dasar sebagai berikut:



1. Biaya perjalanan dan biaya waktu digunakan sebagai *proxy* atas harga dari rekreasi.
2. Waktu berjalan bersifat netral, yaitu tidak menghasilkan *utilitas* atau *disutilitas*.
3. Perjalanan merupakan perjalanan tunggal.

Menurut (Turner dkk, 1994), *teknik travel cost method* atau biaya perjalanan merupakan teknik yang pertama kali menilai suatu tempat rekreasi dengan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung. Namun terapat beberapa keterbatasan atau masalah dalam prakteknya yaitu sebagai berikut:

1. *Time Costs*, mengasumsikan bahwa *travel cost* hanya berkaitan dengan pengeluaran untuk bahan bakar. Seharusnya, sebuah *time cost* dimasukkan ke dalam *travel cost* sebagai refleksi dari nilai ekonomi sebenarnya dari pengunjung.
2. *Multiple Visit Journeys*, memungkinkan *travel cost* memiliki *margin for error* yang tidak pasti karena bisa saja pengunjung mengunjungi lebih dari satu tempat rekreasi atau hanya singgah dalam satu hari
3. *Substitute Sites*, sering kali pengunjung dalam melakukan kunjungan ke tempat wisata atau situs yang diukur nilainya dengan *travel cost* hanya sebagai situs pengganti karena tidak ada situs yang dekat dengan rumah mereka.
4. *House Purchase Decision*, sebagian pengunjung memutuskan untuk membeli rumah yang dekat dengan tempat rekreasi karena dianggap telah memberikan nilai kepuasan saat mengunjunginya.

5. *Non-paying Visitors*, dalam *travel cost* sering kali mengabaikan pengunjung yang tidak mengeluarkan biaya perjalanan untuk mencapai situs.

Keterbatasan *Travel Cost Method*:

1. Hasil yang diperoleh tidak mudah diperbandingkan karena perbedaan waktu dan cara penilaian.
2. Hasil penilaian hanya berupa nilai eksplisit dari pemanfaatan situs tidak memperhitungkan nilai-nilai lain seperti nilai keberadaan, nilai kebanggaan.

*Travel Cost Method* (TCM) mempunyai tiga pendekatan yaitu:

1. *Zonal Travel Cost*, yaitu pendekatan yang dapat dilakukan dengan hanya menggunakan data sekunder dan beberapa data sederhana yang dikumpulkan dari para pengunjung.
2. *Individual Travel Cost*, yaitu pendekatan dengan menggunakan sebuah survey yang lebih terperinci terhadap para pengunjung.
3. *Random Utility*, yaitu pendekatan menggunakan survey dan data-data pendukung lainnya, serta teknik statistika yang lebih rumit dan detail.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Erdah Litriani (2010), melakukan penelitian yang berjudul *Valuasi Ekonomi Candi Borobudur dengan metode Travel Cost Method dan Contingent Valuation Method*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti jumlah kunjungan menggunakan *Travel Cost Method*, meneliti ketersediaan membayar (WTP) menggunakan *Contingent Valuation Method* dan meneliti ketersediaan menerima (WTA) menggunakan *Contingent Valuation Method*. Alat analisis yang digunakan

adalah regresi linier berganda, variabel dependen yang digunakan untuk mengukur banyaknya kunjungan yaitu jumlah kunjungan sedangkan variabel independennya yaitu biaya perjalanan, pendapatan, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, *dummy* substitusi, *dummy* jenis kelamin dan *dummy* kebangsaan. Variabel dependen yang digunakan untuk mengukur WTA yaitu ketersediaan menerima, sedangkan variabel independennya adalah pendapatan, umur, tingkat pendidikan, jarak. Variabel dependen yang digunakan untuk mengukur WTP adalah ketersediaan membayar, sedangkan variabel independennya adalah jumlah kunjungan, pendapatan, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, *dummy* substitusi, *dummy* jenis kelamin, *dummy* kebangsaan. Hasil penelitian adalah nilai rata-rata minimal surplus konsumen Rp 435.283.480, nilai rata-rata maximal surplus konsumen Rp 529.650.440, nilai ekonomi berdasarkan CVM untuk WTP Rp 103.240.837.500, nilai ekonomi berdasarkan CVM untuk WTA Rp 852.348.000.000, nilai ekonomi berdasarkan TCM Rp 1.105.511.218.00 – 1.345.179.705.000.

Erna Widayati (2014), melakukan penelitian tentang Valuasi *Culture Heritage* menggunakan *Travel Cost Method*, *Contingent Valuation Method*, dan *Income Methode* dengan studi kasus Candi Parambanan. Alat analisis yang digunakan regresi linier berganda. Variabel dependen untuk CVM adalah WTP dan variabel dependen untuk TCM adalah jumlah kunjungan. Variabel independennya adalah biaya perjalanan, pendapatan, tingkat substitusi tempat wisata lain sebagai *dummy* variabel, persepsi individu terhadap kualitas Candi Prambanan, kewarganegaraan sebagai *dummy* kewarganegaraan dan waktu. Hasil penelitiannya

adalah nilai ekonomi Candi Prambanan *Travel Cost* Rp 457.011.490.463.000, surplus ekonomi individu per tahun Rp 18.105.577.548.14, nilai ekonomi untuk mengetahui WTP melalui CVM Rp 3.153.354.420.000,00, nilai ekonomi melalui *Income Approach* Rp 1.393.681.183.000. Setelah merivew penelitian ini terdapat kekurangan atau keterbatasan yaitu belum dilakukannya penelitian terhadap WTA dari masyarakat sekitar Candi Prambanan.

Hermawan Badar (2012), mengukur minat kunjungan para wisatawan ke Candi Borobudur pasca bencana erupsi merapi dan biaya yang akan dikeluarkan untuk kunjungan ke objek wisata dengan pendekatan TCM, variabel independen yaitu intensitas kunjungan sedangkan variabel independen yaitu biaya perjalanan, pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur, pengalaman berkunjung, dampak Erupsi Merapi. Hasil penelitiannya adalah nilai total ekonomi pasca erupsi merapi sebesar Rp 18.172.041.544,00 dan variabel penghasilan pengunjung, waktu tempuh, umur, dan pengalaman berpengaruh positif signifikan terhadap kunjungan sedangkan variabel biaya perjalanan, jarak tempuh dan dampak erupsi berpengaruh negatif signifikan terhadap kunjungan.

Valentina Godis Lovekaristy (2014), mengkaji estimasi nilai WTP ( *Willingness To Pay* ) masyarakat terhadap konservasi situs Candi Borobudur. Variabel jenis kelamin, status perkawinan, umur, pendidikan, dan pendapatan responden. Hasil penelitian adalah karakteristik pengunjung Candi Borobudur sebagian besar adalah wanita dengan status belum menikah, berusia 21 tahun hingga 30 tahun, berpendidikan sarjana dengan penghasilan rata-rata Rp 2.700.000. Nilai EWTP sebesar Rp 35.000,00.

**TABEL 2.1**

Terdapat penelitian penilaian ekonomi wisata, candi atau situs budaya yang pernah dilakukan :

<b>Peneliti</b>	<b>Judul Obyek Penelitian</b>	<b>Method</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil</b>
Novi Primita Sari (2016)	Valuasi Ekonomi Taman Rekreasi Kebon Rojo Kota Blitar	Travel Cost Method	Dependen : Jumlah kunjungan Independen : Biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, jarak dan <i>dummy</i> kualitas	Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Taman Rekreasi Kebon Rojo Kota Blitar adalah biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, jarak dan <i>dummy</i> kualitas. Surplus konsumen dengan metode <i>Travel Cost Method</i> Rp 35.060,266 s.d Rp 73.414,309. Nilai Ekonomi Rp 9.975.276.860 - Rp 20.887.692.632 per tahun
Yudha Sawung Permadhi (2016)	Valuasi Ekonomi Wana Baturaden Dengan Pendekatan	Travel Cost Method	Variabel Dependen : Tingkat Kunjungan Variabel Independen : Biaya Perjalanan, Pendapatan, Tingkat	Pengunjung umumnya perempuan 55%, Pengunjung umumnya berusia 11-20 tahun 51 %, Pengunjung umumnya lulusan SMA/SMK/MA 49

	Biaya Perjalanan (Travel Cost)		Pendidikan, Jarak tempat tinggal, Usia.	%, Jenis pekerjaan di Dominasi pelajar dan Mahasiswa 53 %, Tranportasi rata-rata pengunjung bersepeda motor 69 %, tujuan wisata pengunjung menikmati wisata alam 68 %, lam kunjungan 1-2 jam, pengunjung umumnya berkelompok 77 %, Variabel yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan adalah total biaya perjalanan dan jarak rata-rata. Nilai Ekonomi berdasarkan ZTCM adalah Rp 2.549.776.802.50 /tahun, surplus konsumen Rp 1.601.663.969.44/tahun, melalui ITCM nilai ekonomi sebesar Rp 3.289.685.003,00/tahun dengan surplus konsumen Rp 1.409.865.003,00
Erdah Litriani (2010)	Valuasi Ekonomi Candi Borobudur Dengan Pendekatan Travel Cost Method	1. Travel Cost Method 2.Contingent Valuation Method (WTP)	1. <b>Variabel Dependen</b> : - Jumlah Kunjungan <b>Variabel Independen:</b> -Travel cost	-Nilai rata-rata minimal surplus konsumen Rp 435.283.480 - Nilai rata-rata maximal surplus konsumen Rp 529.650.440

	Dan Contingent Valuation Method Tahun 2010	3.Contingent Valuation Method (WTA) 4.Regresi berganda	-Pendapatan -Umur -Tingkat pendidikan -Jumlah tanggungan - <i>Dummy</i> substitusi - <i>Dummy</i> Jenis Kelamin - <i>Dummy</i> Kebangsaan <b>2. Variabel Dependen :</b> -Ketersediaan untuk membayar <b>Variabel Independen :</b> -Jumlah kunjungan -Pendapatan -Umur -Tingkat pendidikan -Jumlah tanggungan - <i>Dummy</i> substitusi - <i>Dummy</i> jenis kelamin - <i>Dummy</i> kebangsaan <b>Variabel Dependen :</b> -Ketersediaan untuk menerima <b>Variabel Independen :</b> -Pendapatan	- Nilai ekonomi berdasarkan CVM untuk WTP sebesar Rp 103.240.837.500 - Nilai ekonomi berdasarkan CVM untuk WTA sebesar Rp 852.348.000.000 - Nilai ekonomi berdasarkan TCM sebesar Rp 1.105.511.218.00 Rp 1.345.179.705.000
--	--	---	---	--

			-Jarak -Umur -Tingkat pendidikan	
Hermawan Badar (2012)	Valuasi Ekonomi Pasca Erupsi Merapi Terhadap Sektor Pariwisata Di Candi Borobudur	Travel Cost Method	<b>Dependen</b> : Intensitas Kunjungan <b>Independen</b> : -Biaya perjalanan -Pendapatan individu -Jarak -Waktu kerja -Umur -Pengalaman berkunjung -Dampak Erupsi Merapi	Nilai total ekonomi pasca erupsi merapi sebesar Rp 18.172.041.544,00 dan variabel penghasilan pengunjung, waktu tempuh, umur, dan pengalaman berpengaruh positif signifikan terhadap kunjungan sedangkan variabel biaya perjalanan, jarak tempuh dan dampak erupsi berpengaruh negatif signifikan terhadap kunjungan.
Valentina Godis Lovekaristy (2014)	Analisis Willingness To Pay Candi Borobudur dengan Menggunakan Contingent Valuation Method	Contingent Valuation Method	Jenis kelamin, status perkawinan, umur, pendidikan, dan pendapatan responden.	Karakteristik pengunjung Candi Borobudur sebagian besar adalah wanita dengan status belum menikah, berusia 21 tahun hingga 30 tahun, berpendidikan sarjana dengan penghasilan rata-rata Rp 2.700.000. Nilai EWTP sebesar Rp 35.000,00

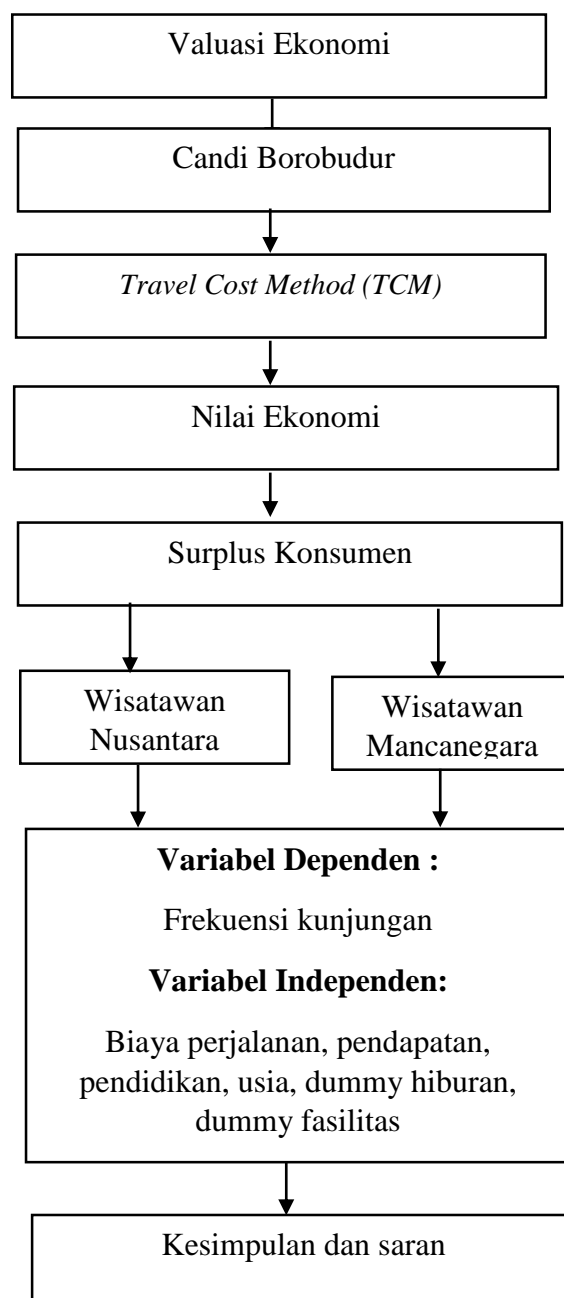


Erna Widayati (2004)	Valuasi Ekonomi Cultural Heritage Dengan Menggunakan Travel Cost Method, Contingent Valuation Method, dan Income Approach	Metode Travel cost, Contingent Valuation, dan Incomme Approach	<p><b>Variabel Dependen :</b> TCM = Jumlah kunjungan CVM= Willingness to Pay</p> <p><b>Variabel Independen :</b> Biaya perjalanan, pendapatan, tingkat pendidikan, Jenis Kelamin, usia, substitusi tempat wisata lain sebagai <i>dummy</i> variabel, persepsi individu terhadap kualitas candi prambanan, kewarganegaraan sebagai <i>dummy</i> kewarganegaraan.</p> <p><b>Variabel Dependen :</b> TCM = Jumlah kunjungan CVM= Willingness to Pay</p> <p><b>Variabel Independen :</b> Biaya perjalanan, pendapatan, tingkat pendidikan, Jenis Kelamin, usia, substitusi tempat wisata lain sebagai <i>dummy</i> variabel, persepsi individu</p>	<p>Nilai ekonomi Candi Prambanan dengan <i>metode Travel Cost</i> sebesar Rp 457.011.490.463.000, surplus konsumen individu per tahun Rp 18.105.577.548,14. Nilai ekonomi dengan <i>metode Contingent Valuation</i> sebesar Rp 3.153.354.420.000,00. Nilai ekonomi dengan <i>Income Approach</i> sebesar Rp 1.393.681.183.000.</p>
----------------------	---	--	--	--

			terhadap kualitas candi prambanan, kewarganegaraan sebagai <i>dummy</i> kewarganegaraan dan waktu.	
--	--	--	--	--

### C. Kerangka Berpikir

**TABEL 2.2.**  
Bagan Kerangka Berpikir



#### D. Hipotesis

Berikut fungsi kunjungan ke tempat wisata dengan pendekatan individual TCM menggunakan teknik ekonometrika regresi berganda (OLS). Secara sederhana fungsi permintaan rekreasi dapat ditulis sebagai berikut (Pearsons, 1993:3 ) :

$$V = f(\text{TC, I, z.....}) \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

- V = jumlah kunjungan individu
- TC = biaya perjalanan yang dikeluarkan individu
- I = pendapatan individu
- z = variabel demografis yang mempengaruhi jumlah kunjungan

Secara sederhana fungsi permintaan penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$V_i = f(\text{TC}_i, I_i, \text{EDU}_i, \text{AGE}_i, \text{DH}, \text{DF})\dots\dots\dots(2)$$

Dimana;

- $V_i$  = jumlah kunjungan individu ke i dalam satu tahun
- $\text{TC}_i$  = biaya perjalanan yang dikeluarkan individu ke i
- $I_i$  = pendapatan individu per bulan
- $\text{EDU}_i$  = tingkat pendidikan individu ke i
- $\text{AGE}_i$  = usia individu ke i
- DH = *dummy* hiburan
- DF = *dummy* fasilitas

Dari fungsi diatas, disusun dalam bentuk persamaan linier :

$$V_{\text{isit}} = \beta_0 + \beta_1 \text{TC} + \beta_2 I + \beta_3 \text{EDU} + \beta_4 \text{AGE} + \beta_5 \text{DH} + \beta_6 \text{DF} + e \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

- V = jumlah kunjungan individu ke Candi Borobudur
- TC = biaya perjalanan yang dikeluarkan individu
- I = pendapatan individu
- EDU = lama pendidikan individu
- AGE = usia individu ketika penelitian dilakukan
- DH = *dummy* hiburan
- DF = *dummy* fasilitas
- $\beta_0$  = konstanta
- $\beta_{1,2,3,4}$  = koefisien regresi variabel bebas
- e = terms error

Berdasarkan hasil pengamatan sementara hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

1.  $H_0: \beta_0 = 0$  variabel biaya perjalanan tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.  
 $H_1: \beta_0 \neq 0$  variabel biaya perjalanan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.
2.  $H_0: \beta_0 = 0$  variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.  
 $H_1: \beta_0 \neq 0$  variabel pendapatan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.
3.  $H_0: \beta_0 = 0$  variabel pendidikan tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.  
 $H_1: \beta_0 \neq 0$  variabel pendidikan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.
4.  $H_0: \beta_0 = 0$  variabel usia tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.  
 $H_1: \beta_0 \neq 0$  variabel usia berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.
5.  $H_0: \beta_0 = 0$  variabel *dummy* hiburan tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.  
 $H_1: \beta_0 \neq 0$  variabel *dummy* hiburan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.
6.  $H_0: \beta_0 = 0$  variabel *dummy* fasilitas tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.  
 $H_1: \beta_0 \neq 0$  variabel *dummy* fasilitas berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.