

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Definisi Pariwisata

Menurut Marpaung dan Bahar (2002) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut : Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamsyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Secara etimologi, pariwisata adalah kata yang berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu dari kata pari dan wisata. Kata Pari berarti banyak, berkeliling, dan lingkup, seangkan wisata berarti perjalanan. Pariwisata adalah julukan yang diberikan kepada seorang yang melakukan perjalanan sendiri atau berkelompok dengan kata lain adalah aktifitas dan kejadian pengunjung saat melakukan perjalanan (Sutrisno ,1998). Suatu perjalanan bisa dianggap sebagai perjalanan wisata apabila memenuhi beberapa syarat yang diperlukan, yaitu :

1. Kunjungan hanya bersifat sementara
2. Perjalanan harus secara sukarela, tidak ada paksaan dari pihak manapun

3. Tidak bekerja pada tempat yang dikunjungi atau tidak menerima upah dalam bentuk apapun

Definisi lainnya tentang pariwisata, terdapat dalam UU No. 10/2009 tentang kepariwisataan, bahwa yang dimaksud sebagai pariwisata adalah berbagai macam aktifitas wisata yang didukung oleh fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang sudah disediakan oleh masyarakat, pemerintah, pengusaha maupun pemerintah daerah. Menurut *World Tourism Organization (WTO)*, pariwisata adalah kegiatan seseorang atau individu yang melakukan perjalanan ke luar dari daerah tempat tinggalnya dalam kurun waktu yang kurang dari setahun secara terus menerus untuk bersenang-senang, bisnis, mengunjungi keluarga dan kepentingan lainnya. Menurut Pendit (1999) wisata dibagi dalam dua kategori berdasarkan jenisnya, yaitu:

1. Wisata Alam, yang terdiri dari berwisata alam, tani, berburu dan cagar alam.
2. Wisata Sosial Budaya, yaitu wisata yang terdiri dari peninggalan sejarah, monumen dan juga museum.

Dalam merencanakan kebijakan pengembangan pariwisata, memahami bentuk dan fisik dari pengembangan pariwisata yang sesuai untuk suatu negara, kota, atau wilayah sangatlah penting. Dalam mendukung perencanaan pengembangan wisata tahap awal yang harus ditempuh adalah pengambilan data sebagai analisis perencanaan wisata. Beberapa komponen-komponen dasar dalam pariwisata menurut Inskip (1991:38) adalah :

1. *Home* : komponen pariwisata yang berupa tempat tinggal wisatawan, hal ini dapat mempengaruhi terjadinya kegiatan pariwisata.
2. *Destination* : komponen pariwisata yang merupakan tujuan dari wisatawan dalam berekreasi atau berwisata.
3. *Transportation* : komponen pariwisata yang membawa wisatawan dari tempat tinggal ke tujuan wisata.

Sistem Pariwisata

Sistem Pariwisata menurut Jordan (dalam Leiper, 2004:48) adalah tatanan komponen-komponen dalam industri pariwisata dimana setiap komponen saling berhubungan dan menciptakan sesuatu yang bersifat menyeluruh. Sedangkan Bertalanffy (dalam Leiper, 2004:48) mendefinisikan sistem sebagai satu kesatuan yang saling terkait satu sama lain didalam dan lingkungannya. Leiper (2004) menjelaskan sistem pariwisata secara menyeluruh (*whole tourism system*) berawal dari mendeskripsikan perjalanan seseorang. Dari hasil analisisnya dia mendapatkan 5 subsistem dalam setiap sistem pariwisata secara menyeluruh, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*), orang yang melakukan perjalanan wisata atau yang merupakan elemen manusia.
2. Daerah asal wisatawan (*traveller-generating regions*), tempat dimana seorang wisatawan mengawali dan juga mengakhiri perjalanannya, masuk dalam elemen geografi.
3. Jalur pengangkutan (*transit route*) tempat dimana perjalanan wisata utama berlangsung termasuk dalam elemen geografi.

4. Daerah tujuan wisata (*tourist destination region*) merupakan elemen geografi yaitu tempat utama perjalanan berlangsung.
5. Industri pariwisata (*tourist industry*) yaitu kumpulan organisasi yang bergerak dalam bidang pariwisata yang bekerja sama dengan pemasaran dalam menyediakan fasilitas, barang dan jasa wisata.

Definisi pariwisata menurut Suyitno (2001) tentang Pariwisata sebagai berikut :

Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya; Melibatkan beberapa komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, obyek wisata, souvenir dan lain-lain; Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan; Tidak untuk mencari nafkah di tempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi, karena uang yang di belanjakannya dibawa dari tempat asal.

Definisi wisatawan menurut World Trade Organisation mengatakan :

“Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu dari hal berikut ini, (1) Memanfaatkan waktu luang untuk berkreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga. (2) Bisnis atau mengunjungi keluarga”.

2. Jenis dan macam pariwisata

Berdasarkan Letak Geografis , kegiatan pariwisata berkembang

Pariwisata lokal adalah pariwisata setempat mempunyai ruang lingkup relatif sempit dan terbatas , misal kota bandung; Pariwisata regional adalah berkembang di suatu tempat atau daerah yang lebih luas dari lokal dan lebih sempit dari nasional , misalnya Bali dan Sumatra Utara; Kepariwisataan nasional adalah *domestic tourism* dan *foreign tourism*; *Regional-International Tourism* adalah kegiatan kepariwisataan yang terbatas , tetapi melewati batas-batas yang lebih dari dua atau tiga negara. Misalnya kepariwisataan ASEAN, Timur Tengah , dan lain-lain; *International Tourism* adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang di seluruh negara di dunia

Berdasarkan pengaruh terhadap neraca pembayaran

1. *In tourism* adalah kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara (memasukan devisa negara)
2. *Outgoing tourism* adalah kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan

Berdasarkan alasan atau tujuan perjalanan

1. *Business Tourism* adalah pengunjung datang untuk tujuan usaha , dinas , kengres, seminar, convetion, simposium, dll.

2. *Vacation Tourism* adalah orang yang melakukan perjalanan terdiri dari orang-orang yang berlibur , cuti , dan lain-lain.
3. *Education Tourism* adalah pengunjung untuk tujuan studi atau memepalajari suatu bidang ilmu pengetahuan.

Berdasarkan pembagian menurut objeknya

1. *Cultural Tourism* adalah motivasi orang-orang yang melakukan perjalanan disebabkan karena adanya faktor daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah.
2. *Recuperational Tourism* adalah orang-orang yg bertujuan untuk menyembuhkan penyakit.
3. *Commercial Tourism* adalah wisata yang dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional , misal expo, fair, exhibition.
4. *Sport Tourism* adalah perjalanan yang bertujuan untuk menyaksikan suatu pesta olah raga, misalnya world cup dan olimpiade.
5. *Political Tourism* adalah perjalanan yang bertujuan untuk menyaksikan suatu kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya hari angkatan perang.
6. *Social Tourism* , dilihat dari segi penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, misalnya study tour.
7. *Regional Tourism* adalah perjalanan untuk melihat upacara-upacara keagamaan, misalnya Ngaben.

3. Wisatawan

Wisatawan tidak bisa dipisahkan dengan dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam dari yang tua ke muda, lokal dengan yang asing, miskin maupun kaya, semuanya memiliki harapan dan keinginan yang berbeda-beda dalam berwisata.

Jika dilihat dari kata "*wisatawan*" yang berasal dari kata wisata "*wisata*" maka tidaklah tepat sebenarnya sebagai kata pengganti "*tourist*" dalam bahasa Inggris. Kata "*wisata*" berasal dari kata "*sansekerta*" yang artinya perjalanan yang seharusnya dalam bahasa Inggris cocok dengan kata "*travel*". Maka seharusnya wisatawan sama artinya dengan kata "*travel*" dikarenakan dalam bahasa Indonesia sudah menjadi kebiasaan memakai kata "*wan*" untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang (Irawan, 2010).

Adapun pengertian wisatawan antara lain :

- 1) Menurut Smith (1998), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.
- 2) Menurut WTO wisatawan dibagi dalam tiga bagian yaitu :
 - a) Pengunjung adalah seseorang yang memiliki hubungan dengan suatu negara yang dia berdiam disana dikarenakan adanya kontrak kerja dengan negara yang dikunjunginya.

b) wisatawan adalah seseorang yang berkunjung ke suatu negara tanpa mengawatirkan status kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Menggunakan waktu kosong atau luang untuk berekreasi, olahraga, keagamaan, pendidikan dan kesehatan.
2. Wisata untuk bisnis atau mengunjungi kerabat.

c) darmawisata atau *excursionist* merupakan pengunjung yang bersifat sementara kurang dari 24 jam mengunjungi negara lain, termasuk para wisatawan yang menggunakan kapal pesiar atau bus.

d) Menurut Komisi Liga Bangsa-bangsa 1937 (dalam Irawan, 2010), “wisatawan adalah orang yang selama 24 jam atau lebih mengadakan perjalanan di negara yang bukan tempat kediamannya yang biasa.”

e) *U.N Conference on Interest Travel and Tourism* di Roma 1963 (dalam Irawan, 2010:12), memakai istilah pengunjung (*visitor*) bagi setiap orang yang datang ke suatu negara yang merupakan bukan asalnya entah dalam keperluan apapun, selain melakukan perjalanan karena dibayar, pengunjung yang dimaksudkan meliputi 2 kategori :

1. Wisatawan : pengunjung yang pergi ke suatu negara dan tinggal 24 jam atau lebih untuk bersenang-senang, belajar, kesehatan, berlibur, olahraga, keperluan agama, utusan, pertemuan, keluarga dan bisnis.

2. *Excurtionist*, yaitu : pengunjung yang datang ke suatu negara kurang dari 24 jam atau tidak bermalam.

f) *Defenisi UN. Convention Concerning Costums Fasilities for Touring* (dalam Irawan, 2010:12), "...setiap orang yang datang ke suatu negara karena alasan yang sah, selain untuk berimigrasi dan yang tinggal setidaknya selama 24 jam dan selama- lamanya 6 bulan dalam tahun yang sama".

g) di dalam intruksi presiden RI No. 9, 1969, Bab 1 Pasal 1 (Irawan, 2010) dijelaskan bahwa :

"...wisatawan ialah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggal untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu".

Wisatawan yang berkunjung ke daerah lain biasanya ingin benar-benar menghabiskan waktu luangnya untuk bersantai, ingin berlepas diri dari kesibukan sehari-hari dan juga benar-benar menyegarkan pikiran mereka. Jadi wisatawan bisa dikatakan pengunjung yang pergi ke suatu daerah yang jauh dari tempat tinggalnya bukan untuk kepentingan rumah ataupun kantor. (Kusumaningrum, 2009).

Wisatawan menurut sifatnya (Kusumaningrum, 2009) :

1. Wisatawan modern idealis, wisatawan yang sangat tertarik dengan budaya multinasional serta ingin mengeksplor alam secara individual.
2. Wisatawan modern matrealis, wisatawan yang termasuk dalam golongan hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.

3. Wisatawan tradisional idealis, wisatawan yang tertarik pada kehidupan budaya tradisional dan sangat menghargai sesuatu yang sangat alami tanpa terkena pengaruh modernisasi.
4. Wisatawan tradisional Materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

4. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu usaha untuk memberikan nilai secara kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) ataupun nilai non pasar (*Non Market Value*). Valuasi ekonomi yang menggunakan sumber daya alam sampai saat ini telah berkembang dengan cepat. Dalam ekonomi sumber daya dan lingkungan, perhitungan tentang biaya lingkungan sudah banyak berkembang. Menurut Dixon dan Hufschmidt (1986) secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan biasanya dibagi dalam dua kelompok, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei.

Nilai ekonomi (*economic value*) dari suatu barang atau jasa diukur dengan menjumlahkan kehendak untuk membayar (*willingness to pay / WTP*) dari banyak individu terhadap barang atau jasa yang dimaksud. WTP merefleksikan preferensi individu untuk membayar suatu barang yang dipertanyakan. Dengan demikian, valuasi ekonomi dalam konteks lingkungan hidup adalah pengukuran preferensi masyarakat akan lingkungan hidup yang baik dibandingkan terhadap lingkungan hidup yang buruk (Fauzi, 2010).

Hasil dari valuasi dinyatakan dalam nilai uang (*money terms*) sebagai cara dalam mencari *preference revelation*, misalnya dengan menanyakan “apakah masyarakat berkehendak untuk membayar?”. Nilai uang juga memungkinkan digunakan untuk membandingkan antara “nilai lingkungan hidup (*environmental values*)” dan “nilai pembangunan (*development values*)” (CSERGE, 1994 dalam Irmadi, 2004). Pada prinsipnya valuasi ekonomi bertujuan untuk memberikan nilai ekonomi terhadap sumberdaya yang digunakan sesuai dengan nilai riil menurut sudut pandang masyarakat.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh para pembuat kebijakan adalah bagaimana menilai suatu sumberdaya alam secara komprehensif. Penilaian tidak hanya mengenai *market value* dari barang yang dihasilkan dari suatu sumberdaya, melainkan juga jasa yang ditimbulkan oleh sumberdaya tersebut. Pertanyaan yang sering timbul dalam proses penilaian misalnya bagaimana mengukur atau menilai jasa tersebut padahal konsumen tidak mengkonsumsinya secara langsung. Lebih lagi jika konsumen tidak pernah mengunjungi tempat dimana sumberdaya alam tersebut berada (Irmadi, 2004).

Salah satu upaya untuk melakuvaluasi ekonomi adalah dengan cara menghitung Nilai Ekonomi Total (NET). Nilai Ekonomi Total merupakan nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sumber daya alam, baik nilai guna ataupun nilai fungsional yang harus diperhitungkan dalam menyusun kebijakan pengelolaannya sehingga alokasi dan alternatif penggunaannya dapat ditentukan secara benar dan mengenai sasaran. NET dapat dipecah-pecah ke dalam beberapa komponen. Sebagai ilustrasi misalnya dalam konteks penentuan alternatif

penggunaan lahan dari ekosistem terumbu karang. Berdasarkan hukum biaya dan manfaat (*a benefit-cost rule*), keputusan untuk mengembangkan suatu ekosistem terumbu karang dapat dibenarkan apabila manfaat bersih dari pengembangan ekosistem tersebut lebih besar dari manfaat bersih konservasi. Jadi dalam hal ini manfaat konservasi diukur dengan NET dari ekosistem terumbu karang tersebut. NET ini juga dapat diinterpretasikan sebagai NET dari perubahan kualitas lingkungan hidup (Irmadi, 2004).

NET atau *Total Economic Value* (TEV) dapat ditulis dalam persamaan matematis sebagai berikut (CSERGE, 1994 dalam Irmadi, 2004):

$$TEV = UV + NUV = (DUV + IUV + OV) + (EV + BV)$$

Dimana:

$$TEV = \textit{Total Economic Value} \text{ (Nilai Ekonomi Total)}$$

Total nilai ekonomi yang dimiliki suatu sumberdaya.

$$UV = \textit{Use Values} \text{ (Nilai Manfaat)}$$

Yaitu suatu cara penilaian atau upaya kuantifikasi barang dan jasa sumberdaya alam dan lingkungan ke nilai uang (*monetize*), terlepas ada atau tidaknya nilai pasar terhadap barang dan jasa tersebut.

$$NUV = \textit{Non-Use Value} \text{ (Nilai Bukan Manfaat)}$$

Nilai yang diperoleh dari suatu sumberdaya yang bukan dari pemanfaatan terhadap sumberdaya tersebut.

$$DUV = \textit{Direct Use Value} \text{ (Nilai Kegunaan Langsung)}$$

Yaitu output (barang dan jasa) yang terkandung dalam suatu sumberdaya yang secara langsung dapat dimanfaatkan.

IUV = *Indirect Use Value* (Nilai Kegunaan Tidak Langsung)

Yaitu barang dan jasa yang ada karena keberadaan suatu sumberdaya yang tidak secara langsung dapat diambil dari sumberdaya alam tersebut.

OV = *Option Value* (Nilai Pilihan)

Nilai pilihan ini biasanya diinterpretasikan sebagai nilai keanekaragaman dari suatu ekosistem (Biodiversity)

EV = *Existence Value* (Nilai Keberadaan)

Yaitu nilai keberadaan suatu sumberdaya alam yang terlepas dari manfaat yang dapat diambil daripadanya. Nilai ini lebih berkaitan dengan nilai religius yang melihat adanya hak hidup pada setiap komponen sumberdaya alam.

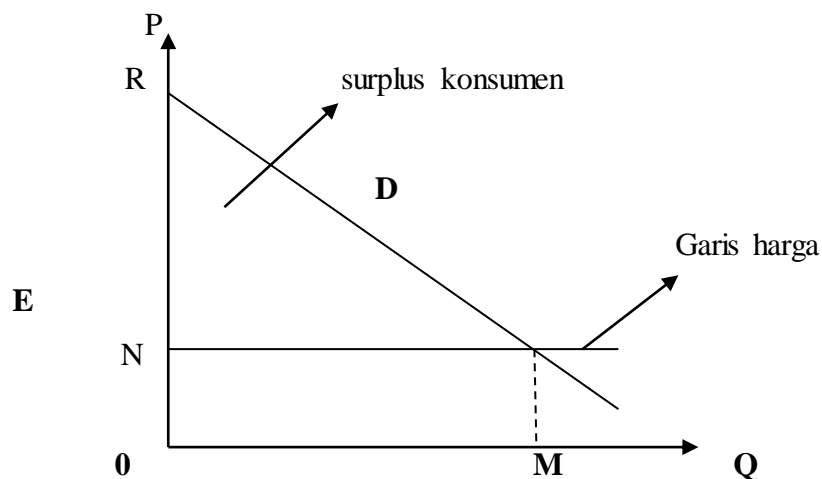
BV = *Bequest Value* (Nilai Warisan)

Nilai yang berkaitan dengan perlindungan atau pengawetan (*preservation*) suatu sumberdaya agar dapat diwariskan kepada generasi mendatang sehingga mereka dapat mengambil manfaat daripadanya sebagai manfaat yang telah diambil oleh generasi sebelumnya.

5. Surplus konsumen

Surplus konsumen adalah perbedaan antara jumlah yang harus dibayar oleh pembeli demi suatu produk dan keinginan untuk membayar surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berasal dari hukum utilitas marginal yang terus semakin menurun. Sebab munculnya surplus konsumen disebabkan karena konsumen membayar untuk setiap berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat

yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama (Samuelson dan Nordhaus, 1990). Pada pasar yang berfungsi dengan baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit terakhir produk yang diperdagangkan merefleksikan nilai dari unit produk yang diperdagangkan (Pomeroy, 1992 dalam Djijono, 2002). Secara sederhana surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak diantara kurva permintaan dan garis harga (Samuelson dan Nordhaus, 1990)



Sumber: Hussien, 2004:8

Gambar 2.1. Konsumsi Pariwisata

Total Surplus Konsumen adalah Bidang di Bawah Kurva Permintaan dan di Atas garis Harga.

Keterangan:

OREM = Total Utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total Nilai surplus konsumen

Konsumen mengkonsumsi sejumlah barang M , dengan kemauan membayar sebesar harga yang dicerminkan oleh manfaat marginal padatingkat konsumsi tersebut. Dengan melihat perbedaan dalam jumlah yang dikonsumsi, kemauan seseorang membayar berdasarkan fungsi manfaat marginal dapat ditentukan. Hasilnya adalah kurva permintaan individu untuk Q (Gambar 2.1). Kurva permintaan tersebut dikenal dengan nama kurva permintaan Marshal (Hufschmidt dkk, dalam Djijono, 2002). Digunakannyakurva permintaan Marshal, karena kurva permintan tersebut dapat diestimasi langsung dan dapat mengukur kesejahteraan konsumen melalui surplus konsumen, sedangkan kurva permintaan Hicks mengukur kesejahteraan konsumen melalui kompensasi pendapatan (Turner, Pearce dan Bateman, dalam Djijono, 2002).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hakim (2007) telah menunjukkan hasil bahwa pendapatan individu dan biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (jumlah kunjungan individu). Sedangkan secara simultan diperoleh hasil bahwa biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi, pengunjung, karakteristik substitusi, pendapatan individu, dan tingkat keamanan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan.

Raharjo and Gravitiani (2005) dengan judul penelitian “The Economic Value of Sangiran Museum, Central Java, Indonesia Application of Travel Cost Method”. Menunjukkan hasil bahwa biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan penduduk, jarak, dan usia berpengaruh signifikan terhadap tingkat

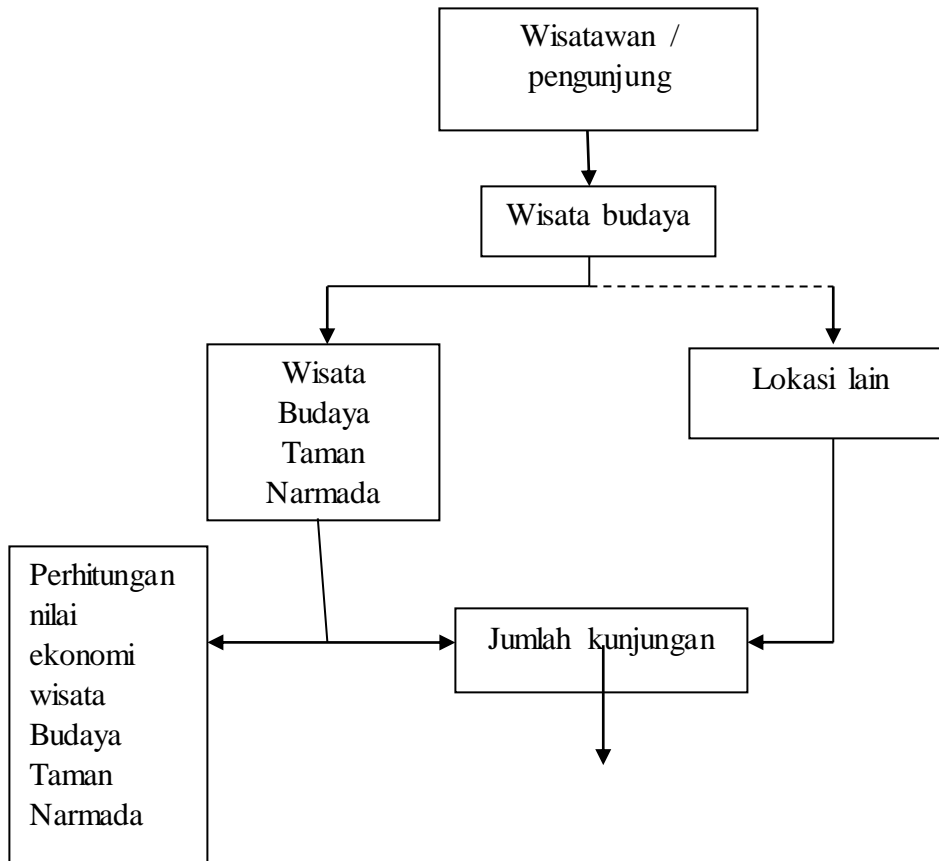
kunjungan per 1000 penduduk per tahun. WTP per pengunjung adalah Rp11.102,63 (USD 1,31).

Dari penelitian yang dilakukan oleh Fonseca dan Rebelo (2010) mendapatkan hasil bahwa tingkat pendidikan, jenis kelamin perempuan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan ke Museum Lamego. Sedangkan biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan.

Seenprachawong (2003) dengan judul penelitian "Economic valuation of coral reefs at Phi Phi Islands, Thailand". Penelitian ini menggunakan batu karang, biaya perjalanan, dan kesediaan untuk membayar. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengunjung ke Phi Phi bersedia membayar setinggi 287 Baht (USD 7.18) per kunjungan. Penelitian ini merekomendasikan bahwa dasar masuk. Biaya untuk Phi Phi ditingkatkan menjadi 40 Baht (USD 1) per orang per kunjungan. Artinya, dua kali lebih banyak sebagai tingkat saat 20 Baht (USD 0.50) per orang.

Badar (2012) melakukan penelitian dengan hasil bahwa nilai ekonomi Candi Borobudur setelah terjadinya bencana erupsi Merapi adalah sebesar Rp 18.172.041.544,00. Biaya perjalanan, penghasilan rata-rata perbulan, jarak, waktu kerja, umur, pengalaman berkunjung dan dampak erupsi Merapi berpengaruh terhadap intensitas berkunjung ke objek wisata Candi Borobudur.

C. Kerangka Penelitian



Penjelasan Kerangka Konseptual

Pada dasarnya semakin besar pendapatan seseorang maka semakin besar juga permintaanya akan barang rekreasi dan jasa lingkungan. Kebutuhan untuk memakai jasa lingkungan sebagai tempat berwisata seperti di Narmada di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti biaya perjalanan, fasilitas, persepsi responden, jarak tempuh, pendapatan individu, dan tingkat pendidikan. Sedangkan untuk menghitung nilai ekonomi wisata budaya Taman Narmada dengan pendekatan biaya perjalanan yang meliputi biaya perjalanan pulang pergi dari tempat tinggal ke wisata Budaya Taman Narmada dan pengeluaran lain selama di

perjalanan dan di dalam kawasan wisata budaya Taman Narmada mencakup biaya transportasi, dokumentasi, parkir dan lain-lain.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan yang akan di uji kebenarannya dengan fakta yang ada (Jogiyanto, 2010). Berdasarkan uraian dan perumusan masalah diatas, dapat di ambil sebuah hipotesis sebagai berikut : diduga bahwa biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan, fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan, persepsi responden berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan, jarak tempuh berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan, pendapatan individu berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan, dan tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan di wisata budaya Taman Narmada Kabupaten Lombok Barat.

