

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara dan dilakukan secara perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dalam lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya juga alam dan ilmu (Spillane, 1987). Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu :

- a. Harus bersifat sementara.
- b. Harus bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi paksaan.
- c. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran.

Dengan demikian pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan penuh, yaitu berangkat dari sesuatu tempat, menuju dan singgah di suatu atau di beberapa tempat, dan kembali ke tempat asal. Adapun pengertian jenis pariwisata dan jumlah wisatawan :

1. Jenis Pariwisata

Jenis wisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan dapat juga dibedakan adanya beberapa jenis pariwisata khusus sebagai berikut :

- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)
Pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan rumah

atau tempat tinggalnya dengan sengaja berlibur, menghirup udara segar yang baru, juga untuk mengurangi ketegangan urat syarafnya dan lain sebagainya.

- b. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*) Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menginginkan hari-hari libur untuk beristirahat, untuk menyegarkan kembali jasmani dan rohaninya, dan juga memulihkan tenaga dari kepenatan dan kelelahannya.
- c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourisme*) Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian kegiatan dan motivasi seperti kemauan untuk belajar dipusat-pusat riset atau pengajaran. Contohnya dalam mempelajari adat istiadat, cara hidup bermasyarakat dengan individu lainnya.
- d. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*) Pariwisata untuk olahraga dibagi menjadi dua kategori, yakni pariwisata olahraga besar seperti Olimpiade.
- e. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*bussines tourism*) Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan yang menggunakan waktu luangnya untuk menikmati sebagai wisatawan yang berkunjung diberbagai objek wisata dan jenis pariwisata lainnya.
- f. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*) Banyak negara-negara yang tertarik dan menganggap bahwa jenis pariwisata ini

dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus untuk dilengkapi guna menunjang *convention tourism*.

2. Jumlah Wisatawan

Semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah tujuan wisata, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tujuan tersebut, paling sedikit untuk keperluan makan, minum dan penginapan selama tinggal di daerah tersebut.

Dampak positif pariwisata terhadap perekonomian diantaranya adalah sebagai berikut (Leiper, 1990):

- a. Pendapatan dari penukaran valuta asing.
- b. Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri.
- c. Pendapatan dari usaha atau bisnis wisata.
- d. Pendapatan pemerintah.
- e. Penyerapan tenaga kerja.
- f. *Multiplier effect* (efek ekonomi yang ditimbulkan atas kegiatan ekonomi pariwisata).
- g. Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal.

Pariwisata juga membawa implikasi negatif terhadap negara tujuan wisata dan komunitas daerahnya. Pengaruh positif tersebut antara lain adalah :

- a. Terjadinya *leakages* impor dan ekspor, penurunan pendapatan pekerja dan penermaan bisnis lokal.

- b. Adanya batasan manfaat bagi masyarakat daerah yang terjadi karena pelayanan kepada turis yang terintegrasi.

2. Unsur Pariwisata

Terdapat lima unsur industri pariwisata yang sangat penting (Spillane, 1987) yaitu:

1. *Attractions* (daya tarik)

Attraction dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* dalam hal ini yaitu lokasi yang tepat dan memiliki daya tarik fisik yang permanen dan menarik seperti museum, kebun binatang, keraton. Sedangkan *event attraction* yaitu merupakan atraksi yang berlangsung sementara dan memiliki atraksi yang *flexible* yang bisa kapan saja diubah dan dipindah yaitu seperti pertunjukan kesenian dan festival.

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

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik disuatu lokasi karena selama berada ditempat wisata tersebut wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum maka dari itu fasilitas penginapan dan suport industri sangat dibutuhkan seperti toko souvenir, *laundry*, pemandu, daerah festival, dan lain-lain.

3. *Infrastructure* (infrastruktur)

Jumlah wisatawan akan semakin meningkat pada saat tempat wisata tersebut memiliki daya tarik tersendiri, maka secara otomatis dapat dengan sendirinya mendorong perkembangan infrastruktur ini termasuk

semua konstruksi dibawah dan diatas tanah dari daerah, termasuk: sistem pengairan, jaringan komunikasi, faslitas kesehatan, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/air, jalan-jalan/jalan raya.

4. *Transportation* (transportasi)

Dalam pariwisata, kemajuan transpotasi juga sangat berperan penting dalam pariwisata karena jarak dan waktu yang ditempuh, baik transportasi darat, udara, maupun lau.

5. *Hospitality* (keramahtamahan)

Setiap wisatawan pasti menginginkan dan memerlukan jaminan apalagi pada saat berwisata mereka berada dilingkungan yang tidak mereka kenal, khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan bantuan untuk mengenali tempat-tempat wisata yang akan mereka kunjungi agar para wisatawan sudah memiliki gambaran mengenai tempat yang akan didatangi.

3. Bentuk Pariwisata

Menurut Pendit (1999), bentuk-bentuk pariwisata diklasifikasikan menjadi 5 kategori:

a. Menurut asal wisatawan

Jika wisatawan berasal dari dalam negeri berarti wisatawan tersebut hanya pindah tempat sementara didalam lingkungan wilayah negerinya sendiri selama melakukan suatu perjalan dinamakan wisatawan domestik. Sedangkan wisatawan internasional adalah wisatawan yang datang dari negeri.

b. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri maka akan membawa mata uang asing. Dimana pemasukan mata uang asing ini memberikan efek positif neraca pembayaran luar negeri suatu Negara yang dikunjungi para wisatawan, hal ini disebut pariwisata aktif.

c. Menurut jangka waktu

Kedatangan wisatawan disuatu daerah atau suatu Negara diperhitungkanjuga menurut laam tinggal didaerah atau dinegara yang bersangkutan tersebut. Hal inilah yang disebut dengan pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang. Istilah tersebut tergantung pada ketentuan yang diberlakukan disuatu negara untuk mengukur panjang atau pendeknya waktu yang dimaksud itu.

d. Menurut jumlah wisatawan

Bentuk pariwisata ini dibedakan berdasarkan jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan itu datang sendiri atau pun bersama rombongannya. Sehingga munculah istilah yang disebut pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

e. Menurut alat angkut yang digunakan

Pariwisata ini dibedakan menjadi pariwisata laut, kereta api, mobil dan udara, tetapi kembali lagi kepada wisatawan akan menggunakan kendaraan apa.

4. Permintaan Pariwisata

Menurut Sukirno (2010), pariwisata dapat menciptakan permintaan yang dilakukan oleh wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta oleh pembeli dalam pasar pada berbagai tingkat harga. Menurut Mathieson Wall (1982), permintaan pariwisata merupakan jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata ditempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerjanya tersebut.

Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian, diantaranya: perorangan (individu), Usaha Kecil Menengah, Perusahaan Swasta, dan Sektor Pemerintahan (Sinclair dan Stabler, 1997). Permintaan pariwisata juga didasarkan pada anggaran belanja yang dimilikinya, hal ini merupakan inti dari permintaan pariwisata. Seseorang akan mempertimbangkan untuk mengurangi anggaran yang dimilikinya untuk suatu kepentingan liburan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata antara lain:

a. Harga

Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata, akan memberikan imbas pada wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, sehingga permintaan wisata pun akan berkurang.

Begitu pula sebaliknya, apabila harga disuatu daerah tujuan wisata rendah, maka permintaan wisata pun akan semakin meningkat.

b. Pendapatan

Apabila pendapatan seseorang tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila pendapatan seseorang rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

c. Sosial budaya

Dengan adanya sosial budaya yang unik atau berbeda dari apa yang ada di tempat wisatawan berasal, maka peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi.

d. Sosial politik

Jika keadaan sosial politik daerah tujuan wisata dalam situasi yang aman dan tentram, maka jumlah permintaan pariwisata akan tinggi. Begitu pula sebaliknya, jika keadaan sosial politik mencekam (kurang baik), maka permintaan pariwisata pun cenderung akan rendah.

e. Intensitas keluarga

Apabila jumlah keluarga maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

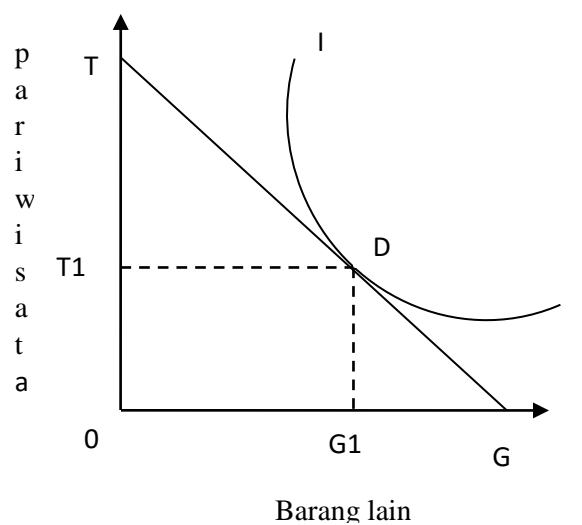
f. Harga barang substitusi

Barang-barang pengganti disini dimisalkan sebagai pengganti daerah tujuan wisata yang dijadikan alternatif kedua dalam berwisata.

g. Harga barang komplementer

Barang komplementer disini dimisalkan sebagai objek wisata yang saling melengkapi dengan objek wisata lainnya. Antara pariwisata dan barang lain yang di putuskan untuk dibeli oleh seseorang tergantung pada refrensi mereka. Seseorang dapat mengalokasikan anggarannya untuk berwisata atau juga digunakan seluruhnya untuk konsumsi barang lain. Kombinasi antara pariwisata dan barang lain ini dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama pada konsumen.

Gambar 2.1 merupakan kurva indiferen yang menjelaskan hubungan antara pariwisata dan barang lainnya.



Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

Gambar 2.1. Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya.

Dijelaskan bahwa seluruh kemungkinan kombinasi digambarkan dengan garis *Budget Line*, yaitu kemiringan yang menunjukkan harga relatif dari barang dan jasa dan yang digambarkan oleh TG. Diartikan bahwa seseorang mengalokasikan anggarannya untuk pariwisata dan atau untuk konsumsi barang lain dengan memilih mana yang akan memaksimalkan kepuasan mereka. Titik D dimana kurva indifferen bersinggungan dengan budget line, menghasilkan tingkat pariwisata OT1 dan konsumsi OG1 dari barang lain. Seseorang dengan pilihan yang lebih kuat terhadap pariwisata akan mengambil di sebelah kiri titik D, sedangkan seseorang yang lebih banyak mengkonsumsi barang lain akan memiliki kurva indifferen yang bersinggungan dengan TG ke arah kanan titik D (Sinclair & Stabler, 1997).

5. Pendekatan Harga Pasar

a. Pendekatan harga pasar sebenarnya

Pendekatan harga pasar atau pendekatan produktivitas banyak digunakan untuk menilai biaya dan manfaat suatu proyek, dimana dalam memberikan harga terhadap suatu proyek ada produk dan jasa yang akan hilang dan timbul dikarenakan adanya suatu proyek. Adanya suatu proyek berarti ada barang dan jasa baru yang diciptakan disamping itu proyek dapat memberikan kerugian dan manfaat bagi masyarakat, sehingga dengan menggunakan harga pasar akan dapat memperkirakan nilai biaya atau korban dari suatu proyek. Proyek akan menghasilkan produk dan jasa baru seperti

peningkatan produksi pertanian, terciptanya kegiatan rekreasi di air dan pemandangan baru, maupun dengan adanya sistem pembangkit listrik tenaga air yang dapat dinilai dengan harga pasar. Selain itu ada juga produk yang tidak bisa dinilai dengan harga pasar, seperti pariwisata, adanya pemandangan air waduk dan sekitarnya yang sulit dinilai dengan harga pasar.

b. Pendekatan Modal Manusia

Pendekatan modal manusia (*human capital*) disebut juga pendekatan modal yang akan hilang (*forgone earnings*) menggunakan harga pasar dan tingkat upah untuk menilai sumbangan proyek terhadap penghasilan masyarakat. Pendekatan ini ditetapkan untuk menilai sumberdaya jika terjadi kematian, dan cacat permanen dari dampak adanya proyek.

c. Pendekatan Biaya Kesempatan

Data mengenai upah tidak cukup tersedia, untuk itu biaya kesempatan atau pendapatan yang akan hilang dapat dijadikan salah satu metode alternatif. Pendekatan ini digunakan untuk menghitung biaya yang harus dibayar dan dikeluarkan untuk melestarikan suatu manfaat, dan bukannya untuk memberikan nilai terhadap manfaat itu sendiri.

**6. Pendekatan Nilai Barang Pengganti atau Barang Perlengkapan
(*Surrogate Market Price*)**

a. Pendekatan Nilai Kekayaan

Pendekatan ini berusaha untuk menentukan pasar bagi barang dan jasa yang terpengaruh oleh barang dan jasa lingkungan yang tidak dipasarkan.

b. Pendekatan Tingkat Upah

Pendekatan ini menilai tingkat upah dari berbagai jenis pekerjaan yang sama dengan dengan lokasi yang berbeda untuk menilai kualitas lingkungan kerja pada masing-masing lokasi. Pendekatan yang pakai upah diberikan lebih tinggi untuk lokasi yang lebih tercemar atau pada lokasi yang lebih berbahaya bagi kesehatan dan kehidupan.

c. Pendekatan Dhelpi

Pendekatan ini mendasarkan pada pendapat para ahli, dan telah banyak dipraktikkan dalam pengambilan keputusan dalam hal penentuan nilai lingkungan pendekatan ini ditentukan oleh pengalaman dan pengetahuan serta latar belakang kehidupan para ahli.

7. Kebijakan Publik

Barang publik merupakan barang yang penggunaannya secara bersama-sama, sedangkan definisi dari barang privat adalah barang yang penggunaannya bersifat pribadi atau milik sendiri. Sungai, gunung, pantai adalah barang publik yang disediakan oleh alam, sedangkan barang publik yang disediakan oleh privat adalah parkir, jalan raya dan rumah sakit (Gravitiani, 2008).

Sumber daya alam seperti gunung, hutan, sungai, pantai serta semua yang disediakan oleh alam merupakan sumber daya yang bernilai, karena memberikan manfaat bagi masyarakat baik itu secara langsung maupun tak langsung. Setiap kebijakan publik yang melaksanakan lingkungan akan mempengaruhi aliran manfaat yang diperoleh masyarakat. Adanya eksternalitas dan sifat-sifat tertentu dari barang publik ini menyebabkan kekuatan pasar tidak dapat menciptakan tingkat harga yang mencerminkan nilai sosial lingkungan yang sesungguhnya. Kegagalan sistem pasar dalam mengalokasikan dan menentukan harga lingkungan secara benar, mendorong kebutuhan adanya penilaian atau valuasi ekonomi lingkungan. Prinsip dari valuasi ekonomi adalah memberikan informasi kepada pemerintah berkaitan dengan pengambilan proses kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan lingkungan (Gravitiani, 2008).

8. Wisata Edukasi

Wisata edukasi merupakan segala sesuatu yang berhubungan tindakan atau pengalaman yang memiliki efek formatif pada karakter, pikiran atau kemampuan fisik dalam individu. *Edu-Tourisme* atau wisata edukasi dimaksudkan suatu program dimana pengunjung dalam kegiatan wisata khususnya anak-anak tersebut melakukan perjalanan wisata pada kawasan wisata dengan tujuan utama mendapatkan pengalaman belajar secara langsung yang terkait dengan kawasan wisata yang dikunjungi.

Menurut Rodger (1998:28), wisata edukasi atau edutourism adalah suatu program diaman wisatawan berkunjung ke suatu lokasi wisata dengan tujuan utama untuk memperoleh pengalaman pembelajaran secara langsung di obyek wisata tersebut. Wisata pendidikan juga merupakan gabungan dari beberapa *sub-tipe* wisata seperti ekowisata, wisata sejarah dan budaya, wisata pedesaan, dan juga pertukaran pelajar antar institusi pendidikan (Gibson, 1998). Menurut Direktorat Jendral PHKA, edutourism merupakan diverifikasi daya tarik wisata alam (ekowisata) yang bertujuan untuk memperluas dan memperbanyak produk wisata alam (Ditjen PHKA, 2001).

Adapun jenis-jenis edukasi wisata yang terdapat di Indonesia, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Wisata edukasi *science*/ilmu pengetahuan

wisata edukasi yang berbasis kepada pendidikan ilmu pengetahuan.

b. Wisata edukasi *sport*/olahraga

Adalah wisata edukasi yang berbasis kepada pendidikan secara fisik atau olahraga.

c. Wisata edukasi *culture*/kebudayaan

Wisata edukasi *culture* atau wisata edukasi kebudayaan banyak terdapat di Indonesia. Diantaranya pendidikan kebudayaan dalam bidang seni, adat istiadat dan lain-lain yang berhubungan dengan kebudayaan.

d. Wisata edukasi agrobisnis

Merupakan wisata edukasi yang berbasis kepada pendidikan agro atau pertanian dan peternakan yang merupakan bisnis dari suatu perusahaan maupun perseorangan.

Penerapan konsep wisata edukasi merupakan sebuah konsep yang multidimensi dan multidisiplin, sehingga perlu persiapan yang matang dan pengawasan yang ketat terhadap penerapan konsep agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

9. Ekosistem Mangrove

Menurut Nae (1968), pada mulanya hutan mangrove hanya dikenal secara terbatas oleh kawasan ahli lingkungan, terutama lingkungan laut. Pertama kali kawasan hutan mangrove dikenal dengan istilah *vloedbosschen* (hutan payau) karena sifat habitatnya yang payau. Berdasarkan dominasi jenis pohonnya, yaitu bakau, maka kawasan mangrove juga disebut hutan bakau. Menurut Arief (2003) mangrove adalah pepohonan atau komunitas tanaman yang hidup di antara laut dan daratan yang dipengaruhi oleh pasang surut. Habitat mangrove seringkali ditemukan di tempat pertemuan antara muara sungai dan air laut yang kemudian menjadi pelindung daratan dari gelombang laut yang besar. Sungai mengalirkan air tawar untuk mangrove dan pada saat pasang, pohon mangrove dikelilingi oleh air garam atau air payau (Irwanto, 2006).

Hutan Mangrove berperan dalam melindungi garis pantai dari erosi, gelombang laut dan angin topan. Hutan mangrove biasa ditemukan disepanjang pantai daerah tropis dan subtropis. Tumbuhan mangrove bersifat unik karena merupakan gabungan dari ciri-ciri tumbuhan yang hidup di darat dan laut. Umumnya mangrove mempunyai sistem perakaran yang menonjol yang disebut akar nafas (*pneumatofor*). Sistem perakaran ini merupakan suatu cara adaptasi terhadap keadaan tanah yang miskin oksigen atau bahkan *anaerob*. Ekosistem mangrove adalah suatu sistem dimana tempat berlangsungnya kehidupan yang mencerminkan hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya dan diantara makhluk hidup itu sendiri terdapat pada wilayah pesisir, terpengaruh pasang dan surut air laut, dan didominasi oleh spesies pohon dan semak yang khas dan mampu dalam perairan asin/payau (Santoso, 2000).

10. Fungsi dan Manfaat Ekosistem Mangrove

Keterkaitan dengan potensi ekosistem mangrove, secara garis besar ada dua fungsi dan manfaat baik yang langsung maupun tidak langsung yang dapat dirasakan oleh manusia dan lingkungannya, yaitu fungsi ekologis (fungsi fisik, kimia, dan biologi) dan fungsi ekonomi.

a. Fungsi Ekologi Ekosistem Mangrove

1. Fungsi Fisik

- a. Menjaga garis pantai agar tetap stabil
- b. Melindungi pantai dan tebing sungai dan proses erosi atau abrasi

- c. Mengurangi atau menyerap tiupan angin kencang dari alut ke darat
 - d. Meredam dan menahan hempasan badai tsunami
 - e. Menahan sedimen secara periodik sampai terbentuk lahan baru
2. Fungsi Kimia
- a. Sebagai tempat terjadinya proses daur ulang yang menghasilkan oksigen dan karbondioksida
 - b. Sebagai pengolah bahan-bahan limbah hasil pencemaran industri dan kapal-kapal dilautan
3. Fungsi Biologi
- a. Merupakan penghasil bahan pelapukan (*decomposer*) yang merupakan sumber makanan penting bagi invertebrata kecil pemakan bahan pelapukan yang kemudian berperan sebagai sumber makanan bagi hewan yang lebih besar.
 - b. Sebagai kawasan memijah (*spawning ground*) atau asuhan (*nursery ground*) bagi udang, kepiting, kerang dan sebagainya, yang telah dewasa akan kembali ke lepas pantai.
 - c. Merupakan kawasan untuk berlindung, bersarang, serta berkembang biak bagi burung dan satwa lain.
 - d. Sebagai sumber plasma nutfah dan sumber genetika.
 - e. Sebagai habitat alami bagi berbagai jenis biota darat dan laut lainnya.

b. Fungsi Ekonomi Ekosistem Mangrove

Secara garis besar ekosistem mangrove memiliki beberapa keterkaitan dalam pemenuhan kebutuhan manusia sebagai penyedia bahan pangan, papan, kesehatan serta lingkungan serta. Secara ekonomi, fungsi ekosistem mangrove yaitu :

- 1) Penghasil kayu: kayu bakar, arang serta kayu untuk bahan bangunan dan perabot rumah tangga.
- 2) Penghasil bahan industri: misalnya kertas, tekstil, makanan, obat-obatan, alkohol, penyamak kulit, kosmetik dan zat pewarna.
- 3) Penghasil bibit/benih ikan, udang, kerang, kepiting, telur burung, madu dan lainnya.
- 4) Sebagai kawasan wisata, konservasi, pendidikan dan penelitian, kegiatan wisata memberikan pendapatan langsung bagi pengelola melalui penjualan tiket masuk dan parkir, juga mampu menumbuhkan perekonomian masyarakat disekitarnya dengan menyediakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha.

11. Leisure dalam Labor Economics

Menurut Flanagan et.al (1984) dalam buku *Labor Economics and Labor Relation* teori tentang keputusan bekerja (*A theory o decision to work*) menyatakan bahwa keputusan untuk bekerja pada akhirnya adalah keputusan tentang bagaimana untuk menghabiskan waktu. Ada dua hal yang bisa dilakukan untuk mengalokasikan waktu yaitu dengan bekerja atau menggunakan waktu luangnya (*leisure*). Bekerja adalah untuk

mendapatkan upah, sedangkan dalam semua pekerjaan membutuhkan waktu luang (*leisure*).

Menurut Flanagan et al (1984) ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam mengalokasikan waktu untuk bekerja atau *leisure*, yaitu:

a. Biaya kesempatan (*the opportunity cost*).

Dilihat dari seseorang dalam mengalokasikan waktunya untuk bekerja, maka memerlukan waktu untuk tidak bekerja, dimana harga dari waktu luang yang dimiliki tergantung dari besarnya tingkat upah yang diterima. Apabila penghasilan seseorang bertambah dan biaya kesempatan waktu luang tetap maka akan memilih menghabiskan lebih banyak waktu luang.

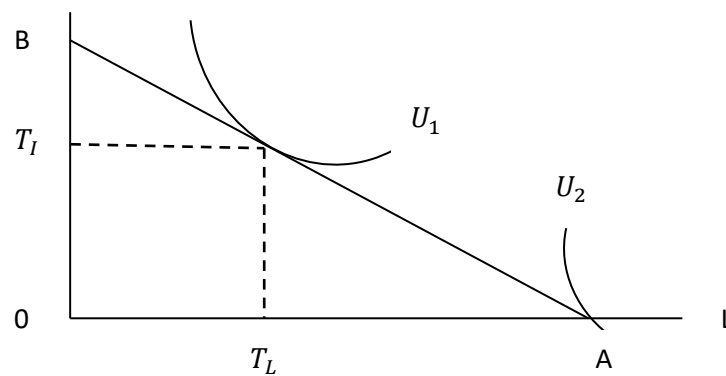
b. Tingkat kesejahteraan seseorang (*one's level of wealth*).

Tingkat kesejahteraan seseorang dapat dilihat dari jumlah tabungannya di bank, investasi finansial, dan harta benda fisik lainnya. Apabila seseorang pekerja memiliki banyak tabungan yang dapat dihargakan maka akan memilih meningkatkan waktu luang dibandingkan waktu kerja.

c. Seperangkat pilihan seseorang (*one's set of preferences*).

Pilihan-pilihan tersebut biasanya ditentukan sendiri dan tidak secara sengaja. Apabila seseorang memutuskan untuk menggunakan waktunya lebih banyak waktu luang maka akan tergantung pada pilihan-pilihan yang tersedia.

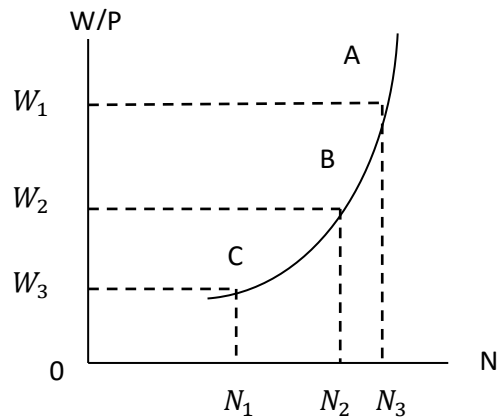
Secara ekonomi dapat dikatakan seseorang yang menggunakan waktunya untuk *leisure* dapat disebut mengkonsumsi waktu luang maka akan memperoleh kepuasan atau utilitas, sedangkan seseorang yang menggunakan sebagian waktunya untuk bekerja juga akan memperoleh kepuasan atau utilitas karena dapat mengkonsumsi barang dan jasa dari upah yang didapat karena bekerja.



Sumber : Brouwer and Sindi (2004)

Gambar 2.2
Labor-Leisure Choise of Individuals

Gambar diatas menunjukkan bahwa garis AB mewakili garis anggaran dan kemiringan jika kurva indiferen U_1 berada pada titik singgung. Individu pada kurva indiferen U_1 akan mengalokasikan T_1 untuk bekerja dan T_L untuk bekerja dan T_L untuk *leisure* dan kemudian untuk memaksimalkan utilitas mereka. Seorang individu pada kurva indiferen U_2 , disisi lain mereka akan memaksimalkan utilitas mereka dengan memutuskan untuk tidak bekerja sama sekali.



Sumber: Richard T.Froyen (1990)

Gambar 2.3
Kurva Penawaran Tenaga Kerja

Froyen (1990) Gambar diatas mencerminkan jumlah penawaran jam kerja individu pada setiap tingkat upah, berdasarkan dua ciri teori penawaran kerja klasik yaitu pertama variabel tingkat upah adalah tingkat upah riil dimana kepuasan akhir yang diterima oleh pekerja adalah konsumsinya atas barang dan jasa, dan dalam menentukan pilihan untuk bekerja atau mendapat waktu luang seseorang akan mempertimbangkan jumlah barang dan jasa yang akan diterima dari satu unit tenaga kerja yang seseorang tawarkan. Jika tingkat upah naik dua kali lipat namun harga produk juga naik dua kali lipat maka seseorang tidak akan merubah jam kerja tersebut.

Kedua, kurva penawaran tenaga kerja memiliki lereng positif, semakin tinggi tingkat upah riil maka semakin banyak jumlah tenaga kerja yang ditawarkan. Dimana hal ini mencerminkan bahwa harga waktu luang semakin tinggi jika tingkat upah riil juga tinggi, pada tingkat harga yang tinggi para pekerja akan memilih untuk mengurangi waktu

uangnya. Sedangkan, pada saat tingkah upah riil meningkat maka pekerja akan menerima upah yang lebih tinggi. Ketika tingkat upah riil lebih tinggi dan terus meningkat, maka pekerja akan semakin memilih waktu luangnya.

Berdasarkan teori menurut Torkildsen (2005) dalam bukunya yang berjudul "*leisure and recreation management*" waktu luang dibagi menjadi lima, yaitu :

a. *Leisure as time* (waktu luang sebagai waktu)

Menggambarkan bahwa waktu luang sebagai waktu senggang setelah melaksanakan berbagai kegiatan dalam memenuhi kebutuhan, dimana ada waktu lebih yang dimiliki untuk melakukan kegiatan yang bersifat positif.

b. *Leisure as activity* (waktu luang sebagai aktivitas)

Waktu luang terbentuk melalui kegiatan yang bersifat mengajar dan menghibur, didukung dari pengakuan pihak *the international group of the social of leisure* yang menyatakan bahwa "waktu luang berisikan berbagai kegiatan dimana seseorang mengikuti keinginannya sendiri baik untuk beristirahat, menghibur diri sendiri, menambah pengetahuan atau mengembangkan keterampilan secara objektif".

c. *Leisure as an end in it self or state of being* (waktu luang sebagai suasana hati atau mental yang positif)

Waktu luang harus dimengerti sebagai suatu hal yang berhubungan dengan sikap dan kejiwaan seperti hal-hal bersangkutan dengan keagamaan, bukan disebabkan oleh faktor-faktor yang datang dari luar (liburan, akhir pekan, liburan panjang).

- d. *Leisure as an all embracing* (waktu luang sebagai sesuatu yang memiliki arti luas)

Waktu luang merupakan ekspresi dari seluruh aspirasi manusia dalam mencari kebahagiaan, berhubungan dengan tugas baru, etnik baru, kebijakan baru serta kebudayaan yang baru.

- e. *Leisure as a way of living* (waktu luang sebagai suatu cara untuk hidup)

Waktu luang merupakan suatu kehidupan yang bebas dari tekanan-tekanan yang berasal dari luar kebudayaan seseorang dan lingkungannya, sehingga mampu untuk bertindak sesuai perasaan yang bersifat menyenangkan, pantas dan keyakinan.

Sedangkan menurut Sukadji (2000) yang melihat arti istilah waktu luang dari 3 dimensi, yaitu:

- a. Dilihat dari dimensi waktu

Waktu luang dilihat sebagai waktu yang tidak digunakan untuk bekerja atau mencari nafkah, melaksanakan kewajiban, dan mempertahankan hidup

b. Dari segi cara pengisian

Waktu luang adalah waktu yang dapat diisi dengan kegiatan sesuai pilihan sendiri atau waktu yang digunakan dan dimanfaatkan sesuka hati.

c. Dari sisi fungsi

Waktu luang adalah waktu yang dimanfaatkan sebagai sarana mengembangkan potensi, sebagai selingan hiburan, sarana rekreasi, sebagai kompensasi pekerjaan yang kurang menyenangkan, atau untuk pengetahuan.

Dapat disimpulkan bahwa waktu luang merupakan waktu senggang yang dimiliki seseorang dan waktu tersebut bersifat diluar kegiatan rutin sehari-hari, sehingga waktu luang tersebut dapat digunakan dengan mengisi kegiatan-kegiatan positif agar dapat meningkatkan produktifitas secara efisien dan efektif.

12. Pendapatan

Sukirno (2005) menyatakan bahwa teori tingkah laku konsumen adalah teori yang menerangkan perilaku konsumen di dalam menggunakan dan membelanjakan pendapatan yang diperolehnya, seseorang konsumen yang rasional akan berusaha memaksimalkan kepuasan dalam menggunakan pendapatannya untuk membeli barang dan jasa.

Menurut Gilarso (2002) pendapatan atau biasa disebut sebagai penghasilan merupakan balas karya yang diperoleh sebagai imbalan atau

balas jasa atas sumbangan seseorang terhadap suatu proses produksi. Jenis-jenis sumber pendapatan dapat berasal dari : a) usaha sendiri atau wiraswasta, b) bekerja dengan orang lain (swasta atau pemerintah), c) hasil dari milik pribadi yang disewakan.

Menurut Yuliadi (2007) salah satu tujuan dari pembangunan ekonomi untuk masyarakat adalah bagaimana agar dapat mewujudkan suatu keadilan dan kemakmuran bagi seluruh lapisan masyarakat yang ditentukan oleh kapasitas dan kemampuan ekonomi suatu negara dalam menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan bagi kebutuhan hidup masyarakat. Pendapatan yang merata sangat sulit dicapai karena terdapat perbedaan tingkat pendapatan pada setiap masyarakat, namun dapat berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur dari keberhasilan pembangunan. Faktor-faktor penyebab perbedaan tingkat pendapatan penduduk adalah pangkat atau jabatan pekerjaan, lapangan usaha, tingkat pendidikan, produktivitas, prospek usaha, permodalan dan lain-lain.

13. Biaya Perjalanan

Menurut Garrod dan Willis (Salma dan Susilowati, 2004) konsep dasar dari metode *travel cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dibayarkan oleh para wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi suatu obyek wisata yaitu harga untuk akses kesuatau tempat obyek wisata. Terdapat beberapa pendekatan yang digunakan

untuk memecahkan permasalahan melalui metode *travel cost method* menurut Garrod dan Willis (Salma dan Susilowati, 2004), yaitu:

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zona travel cost approach*).

Pendekatan ini menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal, diterapkan dengan mengumpulkan informasi pada jumlah kunjungan kesuatu tempat dari jarak yang berbeda, karena biaya perjalanan dan waktu akan bertambah sesuai dengan bertambahnya jarak, informasi ini memperkanankan peneliti untuk menghitung jumlah kunjungan “yang dibeli” pada “harga” yang berbeda.

2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*).

Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*) biasanya dilaksanakan melalui survey kuisisioner pengunjung mengenai biaya perjalananyang harus dikeluarkan ke lokasi wisata, kunjungan ke lokasi wisata lain (*substitute sites*), dan faktor-faktor sosial ekonomi.

Menurut Fauzi (2010) metode biaya perjalanan biasanya digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka seperti memancing, berburu, hiking dan lain-lain. Secara prinsip metode ini menganalisis tentang biaya-biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk

mengunjungi tempat-tempat daerah wisata tersebut. Metode biaya ini dapat digunakan untuk mengatur manfaat dan biaya akibat:

1. Perubahan harga tiket masuk suatu obyek wisata
2. Penambahan tempat rekreasi baru
3. Perubahan kualitas lingkungan obyek wisata
4. Wisatawan akan memberi respon yang sama terhadap perubahan harga karcis, dan jumlah biaya perjalanan yang dikeluarkan saat perjalanan
5. Perjalanan tidak merupakan suatu kepuasan, kepuasan di tempat rekreasi sama untuk setiap pengunjung tanpa melihat asal pengunjung
6. Setiap rekreasi alternatif mempunyai kepuasan maksimum
7. Selera, preferensi dan pendapatan pengunjung dianggap sama

Dapat disimpulkan bahwa biaya perjalanan adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai di objek wisata Biaya Perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, dan biaya-biaya lainnya.

14. Jarak

Pada umumnya semakin besar jarak obyek wisata, semakin besar ketidak inginan kunjungan wisatawan (Intosh, 1995: 298). Jarak yang harus ditempuh wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Suparmoko (2000) menyatakan bahwa semakin jauh jarak tempat tinggal

wisatawan dari lokasi suatu obyek wisata atau tempat rekreasi tersebut maka akan semakin rendah permintaannya terhadap jasa taman rekreasi tersebut atau permintaan akan suatu obyek wisata akan rendah, dan begitu pula sebaliknya semakin dekat jarak tempat tinggal wisatawan dari lokasi obyek wisata atau taman wisata tersebut maka akan semakin tinggi permintaannya terhadap jasa taman rekreasi tersebut dengan biaya yang lebih murah dan ini semua tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkan.

Menurut Anasthacia (2014) jarak antara daerah tempat tinggal dengan tempat obyek wisata juga dapat mempengaruhi permintaan akan kunjungan, karena seseorang cenderung akan memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya agar dapat menekan biaya pengeluaran ketika sedang berwisata. Oleh sebab itu, semakin dekat jarak obyek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi obyek wisata tersebut dengan memanfaatkan lingkungan yang ada terhadap biaya perjalanan yang dikeluarkan lebih murah.

15. Fasilitas Pariwisata

Selain daya tarik obyek wisata, fasilitas merupakan salah satu unsur yang sangat penting dan dibutuhkan untuk menunjang nilai industri suatu obyek wisata, karena apabila fasilitas suatu obyek wisata tidak memadai maka akan menurunkan minat wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

Menurut Yoeti (2008), sarana prasarana adalah sebagai berikut:

1. Prasarana kepariwisataan (*tourism infrastructure*) adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam. Prasarana wisata dapat berupa:
 - a) Prasarana umum: jalan, air bersih, terminal, lapangan udara, komunikasi dan listrik.
 - b) Prasarana ketertiban dan keamanan agar kebutuhan terpenuhi dengan baik seperti polisi, bank, rumah sakit, dan lain-lain.
2. Sarana kepariwisataan (*tourism superstructure*) adalah perusahaan atau tempat yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan. Sarana kepariwisataan dapat berupa:
 - a) Sarana pokok, yaitu seperti perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan wisatawan (travel agen, restoran, dll).
 - b) Sarana pelengkap, yaitu perusahaan atau tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, umum yang terpenting adalah untuk membuat agar wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata (olahraga, dll).

- c) Sarana penunjang, yaitu sarana pelengkap dan sarana pokok yang berfungsi agar tidak hanya membuat wisatawan tinggal lebih lama pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi juga adalah agar wisatawan mengeluarkan atau membelanjakan uang lebih banyak ditempat yang dikunjunginya.

Menurut Spillane (1987) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal ditempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu juga ada kebutuhan akan toko souvenir, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi, karena dengan ketersediaan fasilitas dilokasi wisata akan membuat wisatawan merasa nyaman untuk lebih lama lagi dalam melakukan perjalanan wisata.

16. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan suatu upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar tersedia atau tidak. Valuasi ekonomi digunakan untuk menilai sumber daya alam yang tidak dapat dihitung sehingga mendapatkan nilai rupiah dari sumberdaya alam tersebut. Valuasi ekonomi merupakan usaha melakukan penilaian manfaat secara ekonomis, yang biasanya diterapkan dalam konteks pengelolaan sumber daya alam (Fauzi, 2004).

Menurut Davis dan Johnson (1987), valuasi ekonomi khususnya pada obyek wisata pesisir dapat diinterpretasikan dari pengertian-pengertian berikut ini:

1. Nilai (*value*) adalah merupakan persepsi seseorang yaitu 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.
2. Penilaian (*valuasi*) adalah kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan konsep dan metodologi untuk menduga nilai barang dan jasa.

17. *Travel Cost Method (TCM)*

Tempat rekreasi tidak memiliki nilai pasar yang pasti, maka penilaian tempat rekreasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi berapa besarnya nilai benefit yang didapat dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Sahlan, 2008).

Metode biaya perjalanan ini populer untuk menggambarkan permintaan untuk sumber daya alam dan pelayanan jasa yang berkaitan dengan daerah rekreasi (*recreational site*). Contohnya seperti daerah

margasatwa, taman ekologi, pemancingan dan pemburuan, panorama alam, dan lain-lain. Orang datang ke lokasi tersebut dari berbagai jarak yang berbeda-beda. Metode ini meneliti perilaku perjalanan (*travel behaviour*) yang digunakan untuk mengevaluasi kesediaan orang untuk mengeluarkan uang dalam mengunjungi wilayah tersebut. Secara intuitif bahwa atribut yang dimiliki oleh sumber daya alam akan mempengaruhi kegunaan dari tapak tersebut. Perubahan intensitas kunjungan akan merfleksikan perubahan.

Dalam mengumpulkan informasi dari besarnya jumlah kunjungan terhadap sumber daya alam yang ada, para analisis akan mengestimasi fungsi permintaan dari tapak yang berhubungan dengan kunjungan terhadap biaya yang timbul untuk setiap kunjungan. Jika informasi utama tidak bisa diperoleh secara lengkap, para analisis dapat mengelompokkan kedalam zona sekitar lokasi tersebut. Kadar variasi kunjungan terhadap zona itulah yang akan digunakan untuk mengestimasi fungsi permintaan terhadap lokasi tersebut. Dengan kemajuan teknologi yang ada, pengumpulan data untuk metode ini dapat diimplementasikan melalui telepon, website atau e-mail dan data regresi. Dalam beberapa kasus, data juga bisa diperoleh dari pemerintah setempat, untuk mencari estimasi biaya perjalanan ke lokasi tersebut. Dalam kualitas sumber daya alam tersebut. Untuk itu kajian ini perlu dilakukan untuk dapat mengestimasi nilainya dengan mengumpulkan informasi dari besarnya jumlah

kunjungan terhadap sumber daya alam yang ada, para analisis akan mengestimasi fungsi.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai valuasi ekonomi telah banyak dilakukan, antara lain :

1. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Zulpikar (2016) dengan judul “*Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran*” dengan variabel dependen tingkat kunjungan ke pantai Batu Karas dan variabel independen antara lain adalah biaya total perjalanan, jarak tempuh, tingkat pendapatan, durasi kunjungan, tingkat pendidikan, usia dan jumlah anggota. Dengan menggunakan metode biaya perjalanan dan analisis regresi linier berganda. Dengan hasil penelitian menunjukkan variabel biaya perjalanan, jarak tempuh dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Karas. Model permintaan wisata ke Pantai Batu Karas berdasarkan biaya perjalanan yaitu $Y=1.766-0,000001887 X_1$ ketika Y adalah tingkat kunjungan dan X_1 adalah biaya perjalanan. Potensi ekonomi ekowisata di Pantai Batu Karas mencapai Rp 86,571,960,874.00 pertahun dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp 566,183.00 per individu per tahun. Keuntungan ekonomi yang besar dari aktivitas wisata di Pantai batu karas memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan sosial ekonomi masyarakat setempat.

2. Penelitian oleh Samsudin (2012) dengan judul "*Valuasi Nilai Ekonomi Taman Nasional Bunaken : Aplikasi Travel Cost Method (TCM)*" dengan variabel dependen jumlah kunjungan wisatawan dan variabel independen antara lain adalah biaya perjalanan, pendapatan, jarak, umur dan paritas daya beli. Dengan menggunakan metode Analisis TCM (*Travel Cost Method*) dan metode OLS (*Ordinary Least Square*). Dengan hasil penelitian menunjukkan faktor yang mempengaruhi secara signifikan nilai kesediaan membayar wisatawan membayar manfaat dari keberadaan Taman Nasional Bunaken adalah jumlah biaya yang dikeluarkan selama perjalanan wisata ke taman nasional Bunaken, sedangkan faktor jumlah biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, jarak, dan umur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai kesediaan membayar wisatawan membayar manfaat dari keberadaan Taman Nasional Bunaken. Berdasarkan kesediaan membayar Taman Nasional Bunaken dihitung dari wisatawan adalah sebesar Rp.140,405,171,010.00 dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp.6,433,440,930.00 atau sebesar Rp.232,271.00 per individu.
3. Penelitian oleh Rahmadani (2014) dengan judul "*Valuasi Ekonomi Objek Wisata Tanah Lot: Travel Cost Method dan Contigent Valuation Method*" dengan variabel terikat jumlah kunjungan dan *willingness to pay* dan variabel bebas yaitu biaya perjalanan, pendapatan, waktu, *Dummy Quality*, *Dummy Subtitution*. Dengan menggunakan alat analisis *Travel Cost Method*, *Contigent Valuation Method* dengan analisis

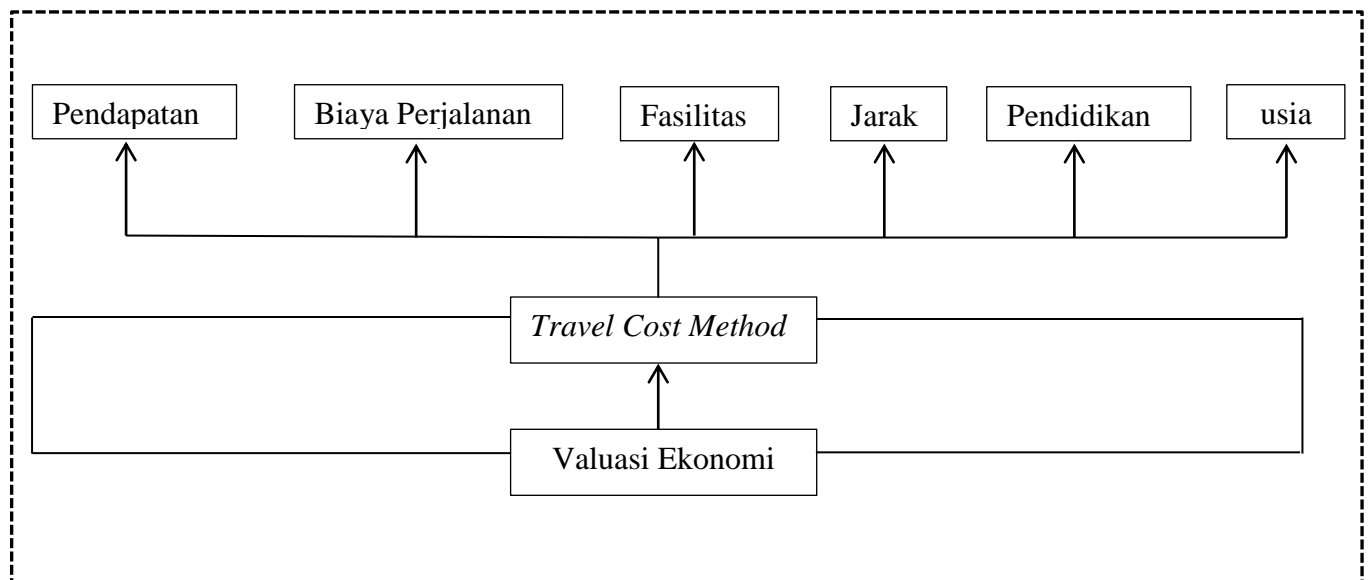
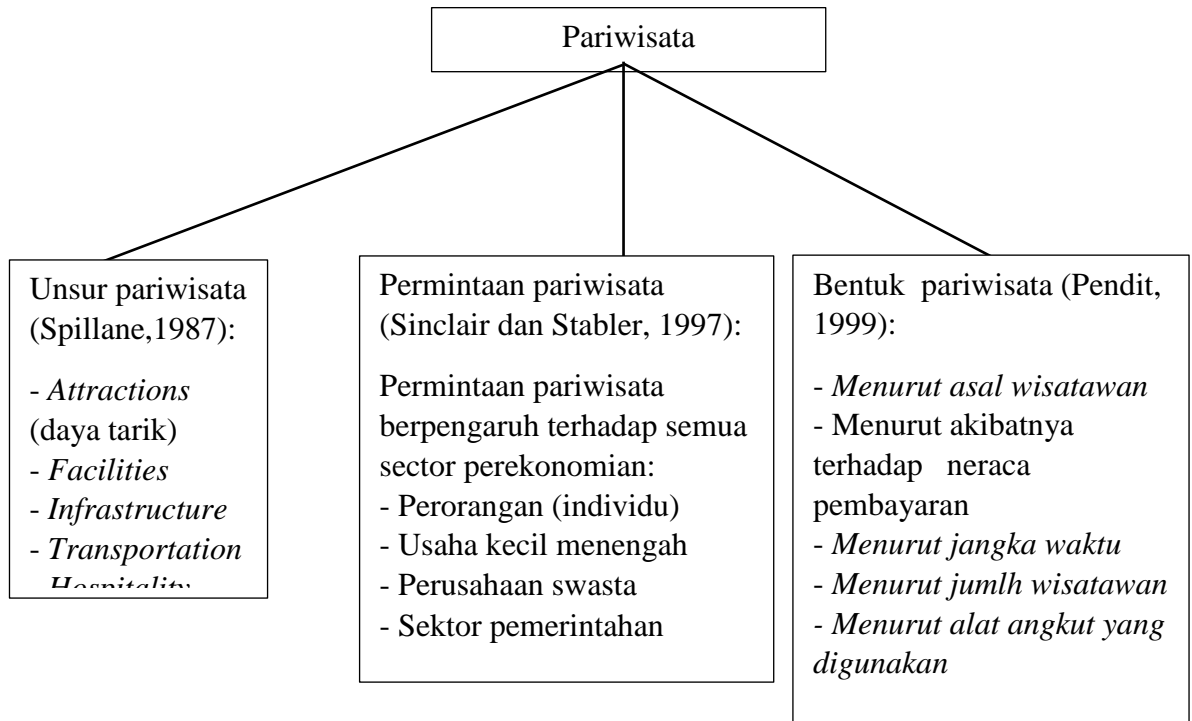
linier berganda. Dengan hasil penelitian Nilai ekonomi dari Objek Wisata Tanah Lot berdasarkan metode TCM berada pada rentang Rp.100,637,045,895,000.00–Rp.590,826,836,085,000.00. Sedangkan dengan metode CVM berada pada rentang Rp.52,623,720,045.00–Rp.209,324,845,665.00 Pada metode TCM, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah pendapatan, usia, dan *dummy quality*. Sedangkan biaya perjalanan, waktu perjalanan, dan *dummy substitution* berpengaruh negatif dan signifikan. Berbeda dengan metode CVM, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah pendapatan saja, sedangkan biaya perjalanan, waktu perjalanan, usia, *dummy quality*, dan *dummy substitution* berpengaruh negatif dan signifikan.

4. Penelitian oleh Pramujaya (2016) dengan judul “*Valuasi Ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling Menggunakan Travel Cost Method Di kabupaten Malang*”. Dengan variabel terikat jumlah kunjungan individu dan variabel bebas yaitu biaya perjalanan, pendapatan individu pengunjung, tingkat pendidikan, lama waktu tempuh, usia individu pengunjung, jarak rumah individu, *dummy* persepsi pengunjung terhadap kualitas, *dummy* wajib belajar 12 tahun, dan *dummy* substitusi wisata lain. Dengan menggunakan alat analisis *Travel Cost Method* dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian nilai ekonomi Taman Wisata Sengkaling sebesar Rp.2,113,841,500,000.00 dengan nilai akuisisi *future value* tahun 2015 sebesar Rp.134,560,000,000.00 Dalam penelitiannya, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah pendapatan, usia, dan persepsi

konsumen terhadap kualitas lingkungan. Sedangkan variabel lain berpengaruh negatif dan signifikan.

5. Penelitian oleh Jati (2016) dengan judul : *Valuasi Ekonomi Pantai Srau Kabupaten Pacitan dengan Pendekatan Travel Cost Method*. Variabel terikat jumlah kunjungan dan variabel bebas yaitu biaya perjalanan, usia, pendidikan, pendapatan, objek wisata lain, dan persepsi kualitas. Dengan menggunakan alat analisis *Travel Cost Method* dan model regresi linier berganda. Hasil penelitian nilai ekonomi Pantai Srau Kabupaten Pacitan berdasarkan metode biaya perjalanan sebesar Rp.90,490,000,000.00. Dalam penelitiannya, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah jumlah kunjungan ke Pantai Srau, objek wisata lain dan kualitas objek wisata. Variabel independen seperti biaya perjalanan, pendidikan, dan pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan individu. Variabel usia berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah kunjungan individu.

C. Kerangka Teori



Gambar 2.4

Kerangka Teoritis

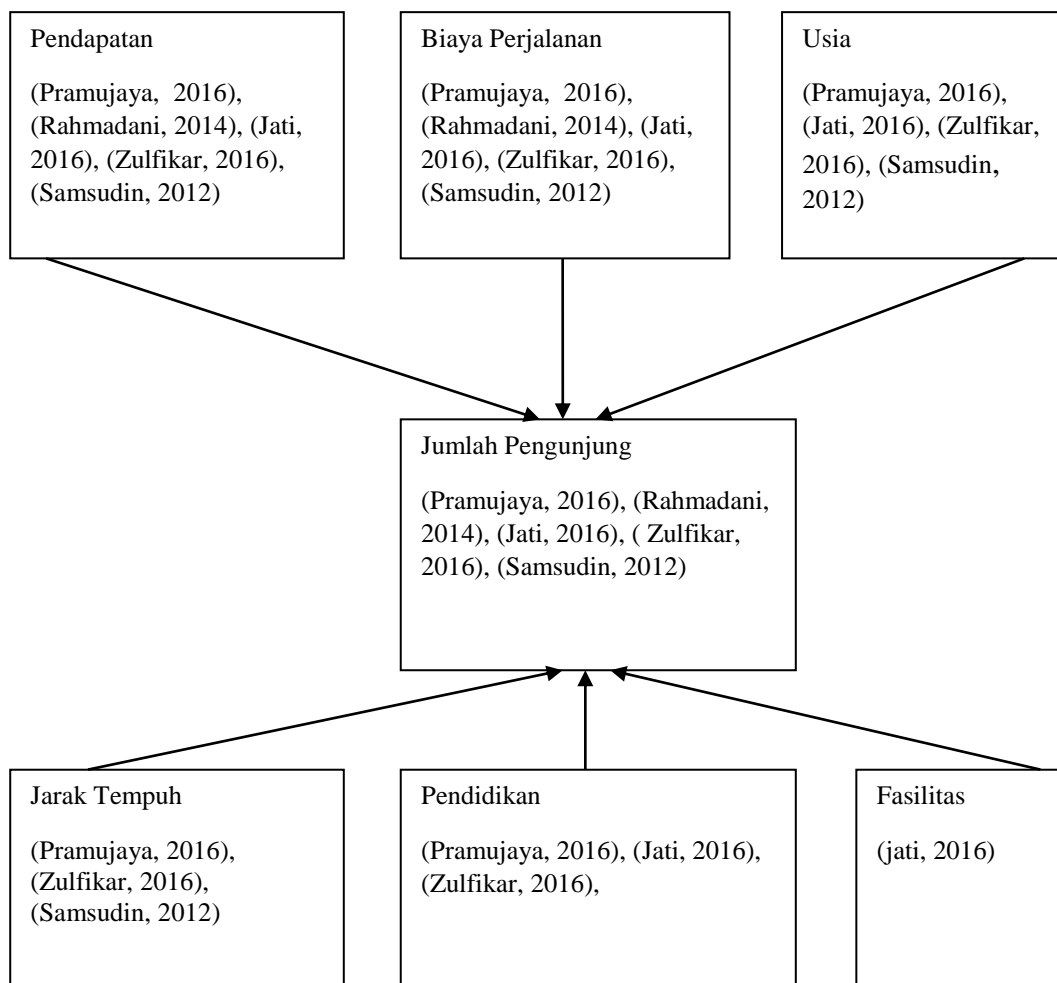
D. Hipotesis

Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan pada Wisata Pantai Hutan Mangrove.
2. Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan pada Wisata Pantai Hutan Mangrove.
3. Diduga jarak tempuh berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan pada Wisata Pantai Hutan Mangrove.
4. Diduga pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan pada Wisata Pantai Hutan Mangrove.
5. Diduga usia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan pada Wisata Pantai Hutan Mangrove.
6. Diduga fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan pada Wisata Pantai Hutan Mangrove.

E. Kerangka Penelitian

Untuk memudahkan kegiatan penelitian yang akan dilakukan serta untuk memperjelas akar pemikiran dalam penelitian ini, berikut ini gambar kerangka penelitian tersebut.



Gambar 2.5

Kerangka Penelitian Teoritis