

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan sementara yang dilakukan seseorang sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan politik (Spillane, 1991 dalam Ayu 2017). Menurut definisi yang luas, pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu (Kodhyat, 1983 dalam Spillane, 1987).

Indonesia merupakan negara kepulauan dari Sabang sampai Marauke yang mempunyai beragam flora fauna dan kekayaan alam. Keberagaman potensi alam, flora dan fauna serta berbagai macam budaya, adat istiadat, kesenian, serta bahasa yang berbeda di setiap daerah yang dimiliki Indonesia sangat menarik perhatian untuk di kunjungi. Keragaman tersebut menarik untuk dinikmati dan diperkenalkan kepada wisatawan yang berasal dari daerah lain ataupun wisatawan mancanegara.

Sektor pariwisata ini mampu berperan sebagai alat untuk memperkenalkan budaya yang berada di tanah air. Sektor ini merupakan kegiatan mata rantai yang sangat panjang, sehingga mampu membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitarnya. Perkembangan pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan manfaat bagi pemerintah maupun masyarakat dalam hal pendapatan. Di daerah tempat tujuan wisata, masyarakat sekitar dapat meningkatkan pendapatannya dengan menjual berbagai barang dan jasa, seperti restoran, hotel, biro perjalanan, pramuwisata, dan barang-barang souvenir. Daya tarik dari objek wisata Indonesia yang beragam menyebabkan banyaknya wisatawan dalam negeri maupun asing yang datang ke Indonesia, sehingga mampu meningkatkan cadangan devisa Indonesia. Sektor pariwisata juga dapat menunjang pembangunan di suatu daerah, dengan berkembangnya sektor pariwisata di suatu daerah maka akan muncul pembangunan jalan, hotel, restoran dan lain-lain.

Manfaat yang paling besar dirasakan oleh masyarakat adalah industri pariwisata mampu menciptakan banyak kesempatan kerja yang mendukung berkembangnya objek wisata tersebut. Selain mengurangi jumlah pengangguran, objek wisata yang berkembang juga turut mengangkat pendapatan Asli Daerah (PAD) yang didapat dari pajak, akomodasi, dan retribusi.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki beragam objek wisata adalah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan tempat tujuan wisata kedua setelah Pulau Bali. Penilaian tersebut didasarkan pada

beberapa faktor yang menjadi kekuatan pengembangan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satunya adalah berkenaan dengan keragaman objek daya tarik wisata (Pemerintah Daerah DIY, 2011). Dapat di lihat pada Table 1.1 jumlah wisatawan yang berkunjung DIY dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang cukup pesat.

Tabel 1. 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
tahun 2012-2016

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Asing	Jumlah
2012	10,880,125	499,515	11,379,690
2013	12,194,311	647,984	12,842,295
2014	16,201,618	572,617	16,774,235
2015	18,281,409	486,096	19,021,818
2016	20,933,798	511,545	21,445,343

Sumber : Dinas Pariwisata Povinsi DIY 2016

Dari Tabel 1.1 menunjukkan kunjungan wisata di provinsi DIY semakin mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahunnya tercatat pada tahun 2016 mencapai 21,445,343 wisatawan. Kunjungan wisatawan tersebut lebih di dominasi oleh wisatawan nusantara atau dalam negeri tercatat pada tahun 2016 mencapai 20,933,798 wisatawan. Tahun 2015 wisatawan asing mengalami penurunan yang awal mula 572,617 menjadi 486,096 akan tetapi di tahun berikutnya mengalami kenaikan kembali.

Hal yang paling penting di dalam pariwisata adalah daya tarik wisata. Tanpa hal itu, pariwisata sulit berkembang karena orang datang berwisata kesuatu tempat tentu untuk menikmati daya tarik wisata yang ada di dalamnya. Hal ini berkaitan erat dengan motivasi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata. Bila tidak ada daya tarik dari destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan enggan untuk menghabiskan waktu dan membelanjakan uangnya di daerah tersebut.

Sleman adalah salah satu Kabupaten di Provinsi DIY, Kabupaten Sleman merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki daya tarik wisata yang tinggi, dapat dilihat dari bertambahnya jumlah kunjungan wisata dari tahun ketahun. Kabupaten Sleman memiliki objek wisata meliputi wisata alam, wisata religi, wisata budaya, dan wisata kuliner. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, di Kabupaten Sleman terdapat 47 objek wisata yang terdiri dari 9 situs sejarah dan budaya, 7 museum, 22 desa wisata 5 wisata alam dan 4 objek wisata lainnya. Pertambahan jumlah kunjungan dari tahun ke tahun dapat di lihat pada Tabel 1.2

Tabel 1. 2
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Sleman
pada tahun 2012-2016

Tahun	Wisatawan Asing	Wisatawan Nusantara	Jumlah
2012	262,916	2,779,361	3,042,232
2013	337,974	3,274,980	3,612,954
2014	340,599	3,883,359	4,223,958
2015	255,194	4,695,740	4,950,934
2016	246,136	5,696,322	5,942,468

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tahun 2016

Kenaikan jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Sleman dari tabel 1.2, mengalami peningkatan hal tersebut di dorong Kabupaten Sleman merupakan Kabupaten yang sangat unik karena merupakan satu-satunya Kabupaten di Provinsi Yogyakarta yang memiliki banyak destinasi wisata budaya dan alam yang berupa candi-candi dan wisata pegunungan Merapi. Salah satu obyek wisata yang sedang populer saat ini di Kabupaten Sleman setelah candi dan Kaliurang adalah wisata Tebing Breksi.

Tebing breksi merupakan salah satu tempat wisata baru di Yogyakarta khususnya di Kabupaten Sleman yang berhasil menarik perhatian masyarakat. Awal mula tebing ini hanyalah sebuah tambang batu biasa yang menyerupai bukit-bukit kecil. Selain eksotis, Tebing breksi juga menawarkan pemandangan lanscape yang luar biasa. Dari atas tebing, wisatawan dapat melihat Candi

Prambanan, Candi Sowijan dan Candi Barong yang dilatari oleh gagahnya Merapi.

Objek wisata ini terletak di Dusun Groyokan, Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman. Awal mulanya, tebing ini hanya sebuah tambang batu biasa yang menyerupai bukit kecil setinggi lebih 20 meter. Namun akhir-akhir ini, para wisatawan yang hendak berkunjung ke Candi Ijo menyempatkan diri mampir hanya sekedar berfoto. Pada akhirnya Tebing Breksi ini menjadi salah satu tempat destinasi wisata. Sejak di resmikan menjadi objek wisata dan cagar budaya oleh Sri Sultan Hamengkubono X pada tahun 2015, objek wisata ini semakin di minati masyarakat untuk berekreasi. Ukiran wayang yang di tambahkan di sisi tebing menambah daya tarik wisatawan untuk mengunjungi dan mengambil foto tempat ini. Jumlah wisatawan objek wisata Tebing Breksi ini pada tahun 2016 selalu meningkat tiap bulanya seperti pada tabel 1.3

Tabel 1. 3
Jumlah Kunjungan Obyek Wisata Tebing Breksi
pada tahun 2016

Bulan	Wisatawan Asing	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Januari	-	2,190	2,190
Februari	-	1,742	1,742
Maret	-	2,380	2,380
April	-	5,950	5,950
Mei	-	9,019	9,019
Juni	-	7,586	7,586
Juli	-	36,668	36,668
Agustus	-	24,143	24,143
September	-	36,765	36,765
Oktober	-	40,282	40,282
November	-	37,292	37,292
Desember	-	111,457	111,457
Total	-	315,455	315,455

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tahun 2016

Tabel 1.3 menunjukkan pengunjung obyek wisata Tebing Breksi setiap bulanya mengalami pasang surut. Penurunan terjadi di bulan Februari, Juni, agustus dan November. Kenaikan sangat pesat terjadi di bulan juni ke bulan Juli dan di bulan Desember. Kenaikan ini terjadi di karenakan pada bulan tersebut sedang musim libur semester seperti liburan sekolah dan libur akhir tahun.

Jumlah wisatawan yang tinggi dapat di indikasikan bahwa objek wisata Tebing Breksi ini semakin diminati masyarakat sebagai lokasi wisata alternatif. Tentu ini memberikan dampak positif bagi warga sekitar sekitar objek wisata dan pemerintah daerah setempat dengan meningkatnya sumber pendapatan dan pencaharian warga serta pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Sleman. Namun tidak dapat diabaikan pula terdapat dampak negatifnya.

Bertambah besarnya jumlah pengunjung akan mempengaruhi kondisi lingkungan sekitar apabila pengunjung tidak menyadari akan kelestarian lingkungan. Semakin banyak jumlah pengunjung maka akan mengancam kondisi kebersihan dan kelestarian lingkungan. Pada umumnya semakin banyak jumlah pengunjung maka akan semakin banyak juga sampah yang di timbulkan. Padatnya jumlah pengunjung juga akan berpengaruh pada faasilitas-fasilitas yang belum memadai untuk menampung banyaknya wisatawan yang berkunjung.

Untuk menjaga kelestarian dan mengembangkan objek wisata tersebut maka dibutuhkan perbaikan fasilitas serta kualitas dan lingkungan di sekitar Tebing Breksi yang tentunya membutuhkan dana. Dalam hal ini, masyarakat seharusnya ikut berperan dalam mengembangkan dan menjaga lingkungan disekitar obyek terlebih pengunjung Obyek Wisata Tebing Breksi. Oleh karena itu besarnya kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) dari pengunjung Tebing Breksi perlu diketahui agar pengelola Obyek Wisata kedepannya dapat lebih baik lagi dalam mengelola Tebing Breksi.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung untuk retribusi masuk yang digunakan untuk penambahan fasilitas kualitas lingkungan dan pengembangan Objek Wisata Tebing Breksi di Kabupaten Sleman dengan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Metode ini merupakan salah satu metodologi berdasarkan survei untuk mengestimasi besarnya penilaian masyarakat terhadap barang dan jasa serta kenyamanan. Secara hakiki, tujuan dari *Contingent Valuation Method* adalah untuk mengetahui kerelaan membayar (*willingness to pay*) dari masyarakat dan keinginan menerima (*willingness to accept*). Teknik ini didasarkan pada asumsi tentang hak kepemilikan, karena itu apabila individu yang ditanya tidak memiliki hak atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam, maka pengukuran yang relevan adalah keinginan membayar yang maksimum untuk memperoleh barang dan jasa tersebut. Sebaliknya, jika individu yang ditanya berhak atas sumber daya alam tersebut, maka pengukuran yang relevan adalah keinginan menerima kompensasi paling minimal atas hilang atau rusaknya sumber daya alam yang dia miliki (Garrod dan Willis, 1999 dalam Ayu, 2014). *Contingent Valuation Method* (CVM) digunakan karena dapat (1) memperkirakan *willingness to pay* individu terhadap perubahan kualitas kegiatan pariwisata; (2) dapat menilai perjalanan dengan banyak tujuan wisata; (3) mampu menilai kenikmatan menggunakan lingkungan baik pengguna maupun bukan pengguna sumberdaya alam tersebut; (4) barang yang nilainya

terlalu rendah dapat dinilai dengan metode ini (Mitchell dan Carson, 1989; Lee *dkk*, 1998 dalam Ayu, 2014).

Penelitian yang dilakukan Saptutyingsih (2017) tentang *Valuing Ecotourism Of a Recreational site in Ciami Distric of West Java, Indonesia* dengan pendekatan Travel cost methode (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM). Variabel independen yang digunakan adalah pendapatan, umur, jenis kelamin, pendidikan, biaya perjalanan, frekuensi kunjungan. Hasil dari penelitian menunjukkan Kesediaan membayar pengunjung di situs ekowisata dengan rata-rata sekitar Rp6.800. hasil dari analisi variabel pendapatan dan Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung. Sedangkan variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2017) dengan *judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Pay Pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok"*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan variabel tingkat usia, tingkat pendidikan, jarak, status pernikahan dan persepsi pengunjung. Berdasarkan data primer yang diolah dengan wawancara langsung kepada 100 pengunjung objek wisata Umbul Ponggok diperoleh hasil bahwa sebanyak 76 pengunjung bersedia membayar untuk perbaikan kualitas lingkungan Umbul Ponggok dengan nilai rata-rata Rp 6.000,00. Variabel Usia memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Umbul ponggok. Hal ini disebabkan

pengunjung rata-rata berada pada usia remaja dan ketika usia bertambah maka tingkat kesibukannya pun akan semakin meningkat dan juga semakin bertambah usia seseorang maka kekuatan fisik untuk melakukan kegiatan wisata pun akan menurun, sehingga kesediaan membayar akan semakin kecil. Variabel tingkat Pendidikan dan pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Umbul Pongok.

Fauziyah (2017) meneliti tentang Analisis *Willingness To Pay* Untuk Perbaikan Kualitas Objek Wisata Waduk Sermo Di Kabupaten Kulonprogo dengan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia, status pernikahan, pendidikan, pendapatan, frekuensi kunjungan. Nilai *willingness to pay* wisatawan untuk perbaikan kualitas objek wisata Waduk Sermo adalah sebesar Rp. 8.200. Dengan nilai tersebut, sebanyak 59 persen responden yaitu sebanyak 59 orang responden menyatakan bersedia membayar (*willingness to pay*) untuk perbaikan kualitas objek wisata Waduk Sermo. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa variabel pendapatan dan frekuensi kunjungan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *willingness to pay* wisatawan. Untuk variabel jenis kelamin, usia, status pernikahan, dan pendidikan secara statistik tidak signifikan terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas objek wisata Waduk Sermo. Hal ini disebabkan karena keempat variabel tersebut tidak mampu mencerminkan kepedulian responden sehingga terdorong untuk bersedia membayar

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, permasalahan yang akan diteliti dibatasi hanya dilakukan di Kabupaten Sleman, tepatnya pada objek wisata Tebing Breksi.

C. Rumusan Masalah

Meningkatnya jumlah pengunjung di Tebing Breksi akan mempengaruhi kondisi lingkungan serta fasilitas yang di butuhkan di objek Wisata Tebing Breksi. Oleh karena itu upaya perbaikan kualitas dan pengembangan wisata Tebing Breksi perlu segera dilakukan. Namun perbaikan kualitas ini tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit sehingga besarnya nilai kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) pengunjung perlu diketahui agar kedepannya Tebing Breksi dapat menjadi lebih baik lagi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, beberapa pertanyaan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Berapa besar nilai *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas Objek wisata Tebing Breksi?
2. Bagaimana pengaruh usia terhadap *willingness to pay* untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek Tebing Breksi?
3. Bagaimana pengaruh lama pendidikan terhadap *willingness to pay* untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek Tebing Breksi?
4. Bagaimana pengaruh tingkat pendapatan terhadap *willingness to pay* untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek Tebing Breksi?
5. Bagaimana pengaruh biaya rekreasi terhadap *willingness to pay* untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek Tebing Breksi?

6. Bagaimana pengaruh frekuensi kunjungan terhadap *willingness to pay* untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek Tebing Breksi?
7. Bagaimana pengaruh persepsi pengunjung terhadap *willingness to pay* untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek Tebing Breksi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui besarnya *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
2. Mengetahui pengaruh usia terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
3. Mengetahui pengaruh lama pendidikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
4. Mengetahui pengaruh tingkat pendapatan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
5. Mengetahui pengaruh biaya rekreasi terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
6. Mengetahui pengaruh frekuensi kunjungan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.

7. Mengetahui pengaruh persepsi pengunjung terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat teoritis

a. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan ilmu yang diterima selama kuliah dengan keadaan sebenarnya di lapangan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk kajian penelitian yang berhubungan dengan kesediaan membayar *Willingness To Pay* pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi.

2. Manfaat praktis

a. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi dan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam perencanaan pengembangan dan peningkatan kualitas lingkungan Objek Wisata Tebing Breksi yang berkelanjutan atau yang lebih baik dimasa yang akan datang.

b. Bagi masyarakat

Dengan penelitian ini, masyarakat dapat mengetahui informasi tentang penetapan tarif Obyek Wisata Tebing Breksi.