

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Kata Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yaitu “*pari*” yang berarti halus, maksud dari kata halus ini adalah memiliki tatakrama yang tinggi sedangkan “*wisata*” memiliki arti kunjungan atau suatu perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi pariwisata berarti sesuatu yang menyuguhkan kunjungan secara bertatakrama dan berbudi.

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

1. Harus bersifat sementara
2. Harus bersifat sukarela, dalam arti tidak terjadi paksaan
3. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bay

Pengertian istilah Pariwisata menurut Spillane (1991) adalah perjalanan yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui

sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Menurut undang-undang No. 10 tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

2. Jenis Pariwisata

Karena setiap daerah mempunyai bentuk potensi yang berbeda-beda maka munculah jenis destinasi wisata yang berbeda pula. Setiap wisatawan memiliki motif-motif yang berbeda dalam melakukan perjalanan wisata. Perbedaan motif-motif tersebut tercermin dengan berbagai jenis pariwisata. Menurut Spillane (1985), secara khusus, jenis pariwisata dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*).

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan rumah atau tempat tinggalnya untuk berlibur atau berwisata, mencari udara segar, menenangkan ketegangan syaraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan wisata alam dan untuk mengetahui sejarah rakyat setempat.

b. Pariwisata untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Pariwisata jenis ini dilakukan oleh orang-orang yang ingin memanfaatkan hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani

dan rohaninya dan yang ingin menyegarkan kembali fisik dari keletihan serta kelelahan.

c. Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata *Cultural Tourism* ini ditunjukkan oleh adanya serangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan tata cara hidup masyarakat suatu daerah atau untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban lampau maupun sebaliknya penemuan-penemuan masa kini, pusat-pusat kesenian, keagamaan dan lain-lain.

d. Pariwisata untuk Olahraga (*Sport Tourism*)

Jenis pariwisata ini di bedakan menjadi 2 yang pertama adalah *Big Sports Event* yaitu pariwisata dilakukan pada saat adanya peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, *World Cup*, dan sebagainya. Kedua adalah *Sporting Tourism of the Practitioner* yaitu olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekannya untuk diri sendiri, seperti pendaki gunung, olahraga naik kuda, dan lain-lain.

3. Bentuk Pariwisata

Menurut Pendit (1999), bentuk-bentuk pariwisata diklasifikasikan menjadi lima kategori yaitu sebagai berikut :

a. Menurut Asal Wisatawan

Bentuk pariwisata menurut asal wisatawan terbagi lagi menjadi dua, yaitu wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Wisatawan domestik yaitu wisatawan yang berpergiannya tidak berpindah tempat dari negara asalnya, jika wisatawan mancanegara yaitu wisatawan yang datang dari luar negeri.

b. Menurut Akibatnya Terhadap Neraca Pembayaran

Apabila negara kedatangan wisatawan dari luar negeri akan membawa mata uang asing. Dimana pemasukan valuta asing ini memberikan efek positif pada neraca pembayaran luar negeri pada suatu negara yang dikunjungi wisatawan tersebut, hal ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan perjalanan seorang warga negara ke luar negeri akan berdampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya dinamakan pariwisata pasif.

c. Menurut Jangka Waktu

Apabila kedatangan wisatawan di suatu daerah atau negara diperhitungkan juga menurut lama tinggal di daerah atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah yang disebut dengan pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang. Kedua istilah tersebut tergantung pada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan di suatu negara untuk mengukur panjang atau pendeknya waktu yang dimaksud.

d. Menurut Jumlah Wisatawan

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

e. Menurut alat angkut yang digunakan

Bentuk dari pariwisata ini dibedakan menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan mobil, tergantung wisatawan menggunakan kendaraan apa.

4. Daerah tujuan wisata

Terdapat 5 unsur daerah tujuan yang dikunjungi wisatawan meliputi perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya (Nugroho, 2012).

a) Objek dan daya Tarik wisata

Daya tarik wisata menjadi suatu pendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tempat tujuan wisata.

b) Prasarana wisata

Diperlukan adanya pembangunan prasarana yang baik dan memadai serta disesuaikan dengan lokasi serta kondisi obyek wisata untuk menunjang kesiapan obyek-obyek wisata yang akan dikunjungi para wisatawan. Prasarana wisata seperti akses jalan yang baik dan memadai, adanya

ketersediaan listrik, adanya ketersediaan air bersih, adanya telekomunikasi, adanya terminal, jembatan, dan lain sebagainya. Pembangunan prasarana juga akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri.

c) Sarana wisata

Pengadaan sarana wisata dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang lengkap atau sama. Berbagai sarana wisata yang selayaknya disediakan pada tujuan wisata yaitu adanya hotel, adanya biro perjalanan, terjangkaunya alat transportasi dengan mudah, adanya restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.

d) Infrastruktur

Infrastruktur merupakan hal sangat penting dalam suatu obyek wisata, karena infrastruktur yang mendukung berfungsinya sarana dan prasarana dalam sebuah wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan di bawah tanah.

e) Masyarakat atau lingkungan

- Masyarakat

Masyarakat adalah tempat tujuan wisata yang pertama kali akan menerima kedatangan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Oleh karena itu masyarakat sekitar perlu mengetahui

jenis dan kualitas yang dibutuhkan oleh wisatawan, dengan cara membentuk komunitas masyarakat yang sadar wisata. Sebab dengan adanya komunitas tersebut akan membawa dampak positif bagi masyarakat karena mereka akan mendapat keuntungan dari para wisatawan yang membelanjakan uangnya.

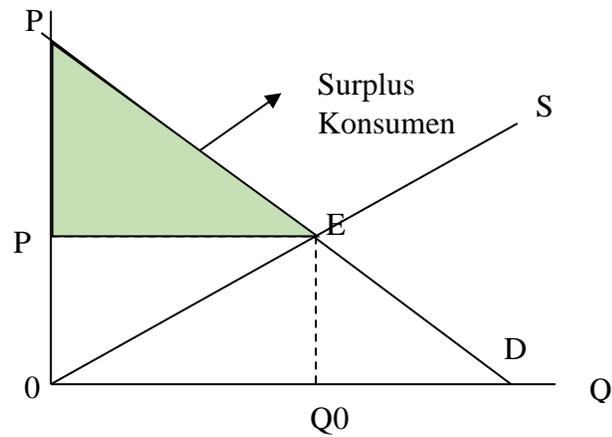
- Lingkungan

Lingkungan alam sekitar obyek wisata juga harus tetap diperhatikan dan terjaga supaya tidak rusak dan tercemari oleh sampah. Kegiatan manusia yang terus meningkat dari tahun ke tahun akan merusak ekosistem flora dan fauna disekitar obyek wisata. Oleh karena itu diperlukan adanya upaya menjaga kelestarian lingkungan melalui perarutan dalam pengelolaan obyek wisata alam.

5. Konsep *Willingness to Pay*

Secara umum, pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya disebut dengan nilai ekonomi. Konsep ini disebut dengan *willingness to pay* seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. *Willingness to Pay* merupakan jumlah maksimum yang rela dibayarkan oleh seseorang untuk memperoleh kualitas pelayanan yang baik. Menggunakan pengukuran ini, nilai ekologis ekosistem dapat “diterjemahkan” ke dalam bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter barang dan jasa.

Konsep *willingness to pay* sebenarnya adalah harga di tingkat konsumen dimana merefleksikan nilai barang atau jasa serta pengorbanan untuk mendapatkannya (Simonson dan Drolet, 2003 dalam Ayu 2014). *Willingness to Pay* juga disebut sebagai harga maksimum yang konsumen rela bayarkan terhadap barang dan jasa serta mengukur nilai yang ingin konsumen bayarkan terhadap barang dan jasa, dengan kata lain dapat diartikan untuk mengukur manfaat marjinal dari konsumen (Fembrianty Erry P dkk, 2011 dalam Nugroho, 2012). Berdasarkan grafis, *willingness to pay* terletak di bawah area kurva permintaan. Surplus konsumen adalah perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh konsumen untuk barang dan jasa dengan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul dikarenakan konsumen menerima kelebihan dari yang dibayarkan dan kelebihan ini berakar pada hukum utilitas marjinal yang semakin menurun. Manfaat yang diperoleh konsumen karena dapat membeli semua unit barang atau jasa pada tingkat harga rendah yang sama dapat dicerminkan oleh surplus konsumen (Samuelson dan Nordhaus, 1990 dalam Riahayu, 2017).



Sumber : Djijono, 2002 dalam Riahayu, 2017 (dimodifikasi)

Gambar 2.1
Surplus Konsumen

Keterangan :

$0Q_0EP$ = *Willingness to Pay*

$0EP$ = Manfaat Sosial Bersih

P_0EP = Surplus Konsumen

$0EP_0$ = Surplus Produsen

Surplus produsen merupakan jumlah yang dibayarkan produsen dikurangi biaya produksi. Manfaat sosial bersih atau surplus pasar merupakan manfaat yang diterima masyarakat dari memproduksi sumber daya alam dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk memproduksinya. Berdasarkan Gambar 2.1, *willingness to pay* terhadap setiap unit barang dan jasa terletak di atas permintaan pasar.

6. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi adalah sebuah usaha untuk memberikan nilai secara kuantitatif pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan baik nilai pasar ataupun non pasar (Kartika, 2014). Menurut Pearce (1993), suatu kawasan mempunyai nilai ekonomi yang meliputi nilai penggunaan yang diuraikan sebagai berikut:

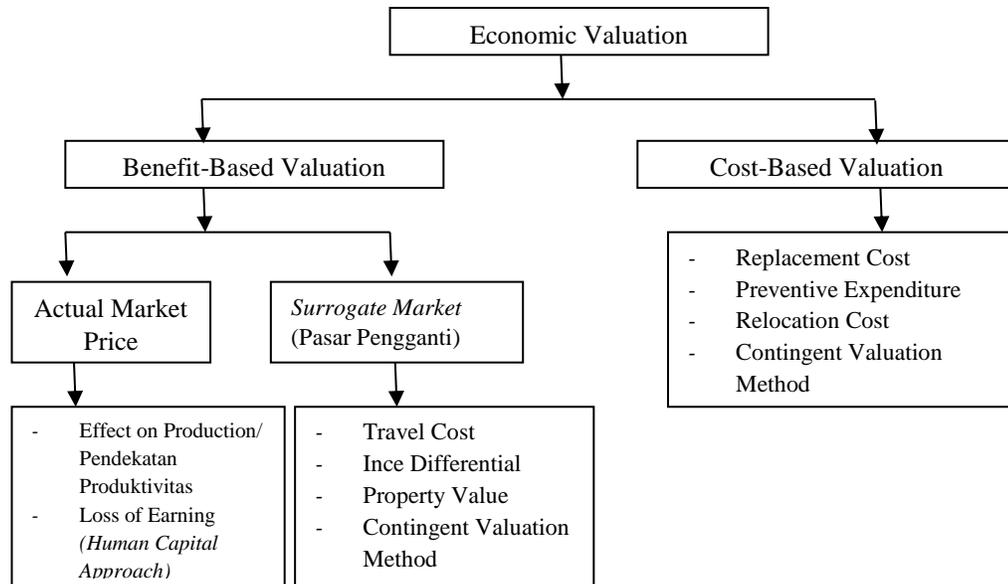
a. Nilai Penggunaan

Nilai penggunaan terdiri dari nilai penggunaan langsung dan alternatif (nilai pilihan). Nilai penggunaan langsung adalah nilai atau manfaat dari sumberdaya alam dan ekosistem yang secara tidak langsung diperoleh dari sumberdaya kawasan yang memberikan jasa pada aktivitas ekonomi atau mendukung kehidupan manusia. Nilai pilihan adalah nilai harapan untuk masa yang akan datang terhadap sumberdaya alam dan ekosistem.

b. Nilai Non Penggunaan/Nilai Tanpa Penggunaan

Nilai non penggunaan ini terdiri dari nilai warisan dan nilai keberadaan. Nilai warisan adalah nilai yang didasarkan pada suatu keinginan individu atau masyarakat untuk mewariskan kawasan kepada generasi yang akan datang. Sedangkan nilai keberadaan adalah nilai yang diberikan masyarakat maupun pengunjung terhadap kawasan atas manfaat spiritual, estetika dan kultural.

Secara rinci skema metode valuasi ekonomi dapat dilihat pada Gambar 2.2



Sumber : Pearce dan Turner, 1990 dalam Ayu, 2014

Gambar 2.2
Metode Valuasi Ekonomi

1) Valuasi ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan berdasarkan manfaat

(Benefit-Based Valuation)

a) *Effect on Production* (EOP) / Pendekatan Produktivitas

Pada metode ini menggunakan perubahan produktivitas dengan menggunakan nilai pasar dari suatu komoditi. Dengan mengetahui seberapa besar kuantitas dan harga komoditi yang didapat dari sumberdaya alam, maka dapat diketahui nilai dari sumberdaya alam tersebut. Teknik ini juga biasa digunakan untuk mengetahui pengaruh

pembangunan terhadap sistem alami, seperti pada sektor perikanan, kehutanan, pertanian, dan lain sebagainya (Reksohadiprojo, 1997 dalam Badar dalam Ayu, 2014).

b) *Loss of Earning (LOE) / Human Capital Approach (HCA)*

Dalam pendekatan ini didasari atas pemikiran dimana perubahan kualitas lingkungan mampu menyebabkan perubahan pada kesehatan manusia. Penurunan kesehatan ini akan menimbulkan kerugian moneter, misalnya : (1) kehilangan penghasilan karena mati lebih awal atau sakit; (2) meningkatnya biaya perawatan dokter rumah sakit.

c) *Travel Cost (Biaya Perjalanan)*

Travel Cost sering digunakan untuk menilai suatu kawasan konservasi maupun tempat wisata dengan melihat kerelaan membayar (*willingness to pay*) pengunjung. Pendekatan ini menunjukkan bahwa nilai suatu kawasan konservasi bukan hanya dilihat berdasarkan tiket masuk saja, namun juga mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan wisatawan menuju lokasi kawasan konservasi serta hilangnya pendapatan potensial mereka dikarenakan waktu yang digunakan untuk kunjungan tersebut (NRM, 2000 dalam Nugroho, 2012).

d) *Ince differential*

Pendekatan ini secara prinsip hampir mirip dengan pendekatan *property value*. *Ince differential* menggunakan tingkat upah yang

dijadikan tolak ukur untuk mengukur kualitas lingkungan. Sehingga perbedaan upah antara pekerja yang bekerja di daerah terpapar polusi dan yang tidak dapat dianggap sebagai indikasi kerusakan lingkungan.

e) *Contingent Valuation Method (CVM)*

Pendekatan *Contingent Valuation Method* adalah suatu metodologi yang berbasis survei guna untuk mengestimasi seberapa besar penilaian masyarakat terhadap barang, jasa, serta kenyamanan. Metode ini banyak digunakan untuk mengestimasi suatu nilai yang tidak diperjualbelikan di pasar, sementara metode preferensi (*revealed preference*) tersirat tidak dapat digunakan (Patunru, 2004).

2) Valuasi Ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan berdasarkan biaya (*Cost Based Valuation*)

a) *Replacement Cost* (Biaya Pengganti)

Pendekatan ini didasarkan atas pemikiran bahwa biaya yang digunakan untuk mengganti aset produktif yang rusak akibat adanya dampak lingkungan yang kurang baik. Pengeluaran dalam bentuk finansial untuk mengganti fungsi lingkungan diukur berdasarkan kerelaan membayar terkecil agar manfaat yang diterima tetap dapat dipertahankan.

b) *Preventive Expenditure* (Biaya Pencegahan)

Pada metode ini menggunakan pengukuran biaya yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya penurunan kualitas lingkungan.

Preventive expenditure berguna untuk mengukur nilai guna tidak langsung dimana teknologi pencegahan kerusakan lingkungan telah tersedia.

c) *Relocation Cost* (Biaya Relokasi)

Metode *relocation cost* dibangun berdasarkan prinsip bahwa individu yang merasa terancam dengan kondisi lingkungan yang memburuk akan melakukan relokasi ke tempat lain. Biaya relokasi ini dapat dijadikan acuan untuk mengukur hilangnya manfaat akibat penurunan kualitas lingkungan.

7. Contingent Valuation Method (CVM)

Pendekatan *Contingent Valuation Method* adalah suatu metodologi yang berbasis survei guna untuk mengestimasi seberapa besar penilaian masyarakat terhadap barang, jasa, serta kenyamanan. Pada metode ini dapat mengetahui tingkat maksimum kerelaan membayar (*willingness to pay*), cukup memberikan informasi yang jelas tentang barang atau jasa tersebut kepada penerima manfaat. Pada metode ini dapat mengetahui tingkat maksimum kerelaan membayar (*willingness to pay*), cukup memberikan informasi yang jelas tentang barang atau jasa tersebut kepada penerima manfaat.

Contingent Valuation Method mempunyai tujuan untuk mengetahui keinginan membayar (*Willingness to Pay*) dari masyarakat dan keinginan menerima (*Willingness to Accept*). Teknik ini didasarkan pada asumsi dasar

mengenai hak kepemilikan (Garrod dan Willis, 1999 dalam Kartika 2014), karena itu jika individu yang ditanya tidak memiliki hak atas barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam, maka pengukuran yang relevan adalah keinginan membayar yang maksimum untuk memperoleh barang tersebut. Begitu juga sebaliknya, apabila individu yang ditanya memiliki hak atas sumberdaya alam, maka pengukuran yang relevan digunakan adalah keinginan menerima kompensasi yang paling minimal atas hilang serta rusaknya sumberdaya alam yang dimiliki.

Pendekatan ini memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut :

- a) Bersifat fleksibel serta dapat diterapkan pada beragam kekayaan lingkungan, tidak hanya terbatas oleh benda atau kekayaan alam yang terukur secara nyata dipasar saja.
- b) Metode ini dapat diterapkan pada semua kondisi dan memiliki dua hal penting, yaitu sering kali menjadi satu-satunya teknik untuk mengestimasi manfaat, serta dapat diaplikasikan pada berbagai konteks kebijakan lingkungan.
- c) Metode ini dapat digunakan pada berbagai macam penelitian barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat.
- d) Metode CVM memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai non pengguna. Seseorang yang menggunakan CVM dapat mengukur utilitas

dari penggunaan barang lingkungan bahkan jika digunakan secara langsung.

- e) Nilai non pengguna (*non use value*) dapat diduga menggunakan kapasitas CVM.
- f) Responden dapat dipisahkan ke dalam kelompok pengguna dan non pengguna sesuai dengan informasi yang didapatkan dari kegiatan wawancara, sehingga memungkinkan perhitungan nilai tawaran pengguna dan pengguna secara terpisah.

Contingent Valuation Method (CVM) memiliki keterbatasan yaitu timbulnya bias, hal ini terjadi jika dalam penggunaan metode CVM ini muncul nilai *willingness to pay* (WTP) atau *willingness to accept* (WTA) yang lebih tinggi ataupun lebih rendah dari nilai sebenarnya. Menurut Hanley dan Spash (1993), bias tersebut dapat disebabkan karena beberapa hal berikut:

- a) Bias strategi, yaitu bias yang disebabkan karena barang lingkungan memiliki sifat *non-excludability* dalam pemanfaatannya, maka akan mendorong terciptanya responden yang bertindak sebagai *free rider* serta tidak benar dalam memberikan informasi.
- b) Bias Rancangan, meliputi cara informasi yang disajikan, instruksi yang diberikan, bentuk pertanyaan dan jumlah serta jenis informasi yang disajikan pada responden.
- c) Bias yang berkaitan dengan kondisi kejiwaan responden, ini berhubungan dengan proses pengambilan keputusan seorang individu

dalam memutuskan besarnya pendapatan, kekayaan, serta waktunya untuk barang lingkungan tertentu dalam jangka waktu tertentu.

- d) Kesalahan pasar hipotesis, hal ini dapat terjadi apabila fakta yang ditanyakan kepada responden pada pasar hipotesis membuat tanggapan responden berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga WTP yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai sesungguhnya.

Beberapa tahapan dalam penerapan metode *Contingent Valuation Method*, menurut Hanley dan Spash, 1993, adalah sebagai berikut :

- a) Menentukan Pasar Hipotetik

Langkah awal dalam melakukan metode CVM adalah menentukan pasar hipotetik. Pasar hipotetik diperlukan karena tidak adanya pasar jasa lingkungan yang mampu dengan tepat menggambarkan kondisi riilnya. Pasar hipotetik membangun sebuah alasan mengapa masyarakat seharusnya membayar suatu barang atau jasa lingkungan yang tidak terdapat nilai dalam mata uang, seberapa besar harga barang dan jasa lingkungan tersebut.

- b) Penentuan Besarnya Penawaran

Dalam menentukan besarnya penawaran terdapat beberapa jenis metode yaitu :

- (1) *Bidding Game*, metode tawar menawar.
- (2) *Open-Ended Question*, metode pertanyaan terbuka.

- (3) *Close-Ended Question*, metode pertanyaan tertutup dengan disajikan beberapa pilihan jawaban.
- (4) *Payment Card*, metode kartu pembayaran sebagai penentu besarnya nilai.
- (5) *Referendum*, metode yang menggunakan suatu alat pembayaran yang disarankan kepada responden.

c) Pendugaan Besarnya Nilai WTP

Pada dasarnya CVM menanyakan dua jenis pertanyaan yaitu :

- (1) Apakah anda bersedia membayar (*Willingness to Pay*) sejumlah Rp X tiap bulan atau tahun untuk memperoleh peningkatan kualitas lingkungan.
- (2) Apakah anda bersedia menerima (*Willingness to Accept*) sejumlah Rp X tiap bulan atau tahun sebagai kompensasi atas diterimanya kerusakan lingkungan.

d) Perkiraan Rataan dan Nilai Tengah WTP

Nilai rataaan yang dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar nilai WTP dari individu-individu yang disurvei secara mudah.

Dugaan rataaan WTP dapat dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n Wi}{n}$$

Keterangan :

$EWTP$: Dugaan Rataan WTP

W_i : Nilai WTP ke- i

n : Jumlah Responden

i : Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1,2,3,\dots,n$).

e) Perkiraan Kurva WTP

Kurva WTP dapat diperkirakan menggunakan nilai WTP sebagai variabel dependen serta faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tersebut sebagai variabel independen. Perkiraan kurva WTP dilakukan dengan persamaan sebagai berikut :

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 Inc + \beta_2 Age + \beta_3 Edu + \beta_4 JTA + \beta_5 BR + \beta_6 Frek + \beta_7 Presepsi + e$$

Dimana :

- WTP : Nilai WTP yang ingin dibayarkan (Rp)
- β_0 : Intersep
- β_1, \dots, β_6 : Koefisien regresi
- Age : Usia (tahun)
- Edu : Lama Pendidikan (tahun)
- Inc : Jumlah pendapatan (Rp)
- Br : Biaya Rekreasi
- $Frek$: Frekuensi Kunjungan
- $Presep$: Peresepsi
- e : *Error term*

f) Penjumlahan Data

Penjumlahan data adalah proses dimana nilai rata-rata penawaran dikonversikan terhadap jumlah populasi yang dimaksud. Jadi, nilai total WTP dapat ditentukan menggunakan rumus :

$$TWTP = EWTP \cdot Ni$$

Dimana:

TWTP : Total WTP

EWTPi : Rata-rata WTP

Ni : Jumlah Populasi

g) Evaluasi Penggunaan CVM

Pada tahap ini penerapan CVM dinilai keberhasilannya. Dimana penilaian dilakukan dengan mengajukan pertanyaan mengenai seberapa baik pasar hipotetik dapat meliputi keseluruhan barang atau jasa lingkungan yang ada, seberapa besar pemahaman individu terhadap pasar hipotetik serta seberapa besar kepemilikan individu terhadap barang atau jasa lingkungan yang terdapat dalam pasar hipotetik.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Saptutyningasih (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 Rp 6.800,00. hasil dari analisi variabel pendapatan dan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung. Sedangkan variabel lainya tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Saptutyningasih (2013) dengan menggunakan metode pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM), yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel usia, tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, biaya kunjungan dan frekuensi kunjungan terhadap *willingness to pay* dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman paska erupsi Merapi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada level signifikansi 5 persen variabel usia dan tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* dalam upaya perbaikan kualitas desa-desa wisata di Kabupaten Sleman. Variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *willingness to pay* dalam upaya perbaikan kualitas desa-desa wisata di Kabupaten Sleman. Sedangkan variabel biaya kunjungan dan frekuensi kunjungan

tidak berpengaruh secara signifikan, sehingga kedua variabel tersebut dikeluarkan dari model regresi. Pada penelitian ini variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 24,20 persen dan sisanya 75,8 persen dijelaskan di luar model.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2017) dengan judul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Pay Pengunjung Objek Wisata Umbul Pongok*". 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 Pongok diperoleh hasil bahwa sebanyak 76 pengunjung bersedia membayar untuk perbaikan kualitas lingkungan Umbul Pongok dengan nilai rata-rata Rp 6.000,00. Variabel Usia memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Umbul Pongok. 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.

Dalam penelitian yang dilakukan Annisa (2017) dengan menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM) yang bertujuan untuk

mengetahui pengaruh dari variabel usia, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, jam, kepuasan, nilai edukasi daya tarik objek wisata Goa pindul. Hasil penelitian nilai WTP untuk mendukung ekowisata adalah Rp 61.418,00 per individu kunjungan, sedangkan nilai ekonomi total Gua Pindul adalah Rp371.868.750,00 per bulan. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP adalah usia dan pendapatan. Variabel independen lainnya seperti tingkat pendidikan, waktu perjalanan, biaya perjalanan, dan persepsi pengunjung baik itu terkait daya tarik wisata, kepuasan dan edukasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai WTP.

Dalam penelitian Sasmi (2016) yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor *Willingness to Pay* Pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu usia, Pendidikan, pendapatan dan biaya perjalanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan hasil yaitu berdasarkan data primer yang diperoleh dengan wawancara langsung kepada 146 responden pengunjung Pantai Goa Cemara, total *willingness to pay* 146 responden obyek wisata Pantai Goa Cemara adalah sebesar Rp 1.413.000,00 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 9.678,00. Hasil penelitian ini yaitu berdasarkan data primer yang diperoleh dengan wawancara langsung kepada 146 responden pengunjung Pantai Goa Cemara, total *willingness to pay* 146 responden obyek wisata Pantai Goa Cemara adalah sebesar Rp1.413.000,00 dengan nilai rata-rata sebesar Rp9.678,00. Hasil analisis penelitian menunjukkan variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness to Pay* (WTP), variabel

pendidikan terakhir berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* (WTP), dan variabel tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung obyek wisata Pantai Goa Cemara.

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 independent 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.

Penelitian yang di lakukan Pantari (2016) dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Pay Untuk Perbaikan Kualitas Lingkungan Kebun Raya Dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta*”. Penelitian ini menggunakan metode *Travel Cost* (TC) dan *Contingent Valuation Method* (CVM)

dengan variabel tingkat pendapatan, lama pendidikan, umur, fasilitas, biaya perjalanan, frekuensi berkunjung. Hasil yang di peroleh dengan wawancara langsung kepada 110 pengunjung Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta, total *willingness to pay* 110 responden untuk perbaikan kualitas lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka adalah sebesar Rp. 3.153.900,00, dengan nilai rata-rata *willingness to pay* sebesar Rp. 28.671,82. Usia berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan dan fasilitas menunjukkan nilai negatif terhadap frekuensi kunjungan dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan Usia berpengaruh positif dan signifikan. Tingkat penghasilan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Frekuensi kunjungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

Bandara and Tisdell (2002) meneliti tentang ,”*Willingness to pay for conservation of the asian elephant in Sri Lanka: a contingent valuation study*”. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu usia, pendapatan, posisi dalam keluarga, kepentingan rekreasi, sikap terhadap konservasi gajah, sikap pilihan menejemen alternatif. Hasil regresi dari variabel-variabel tersebut dari 300 responden yang disurvei dalam penelitian ini, 266 (88,7 persen) menjawab positif terhadap pertanyaan prinsip pembayaran, serta memberikan pandangan dan persepsi mereka tentang sifat sebenarnya dari masalah konservasi gajah, penggunaan alternatif gajah, dan makna sejarah, budaya dan agama spesies ini

satwa liar . Berdasarkan hasil analisis bahwa ada kasus ekonomi yang kuat untuk menjamin kelangsungan hidup gajah liar di Sri Lanka. Ada bukti kuat bahwa populasi gajah liar di Sri Lanka adalah Kaldor-Hicks lebih baik untuk ketidakhadiran mereka.

Dalam penelitian yang di lakukan El-Bekkay dkk. (2013) dengan judul “*An Economic Assessment of The Ramsar Site of Massa (Morocco) with Travel Cost and Contingent Valuation Methods*”. Pendekatan ini menggunakan pendekatan *Travel Cost* (TC) dan *Contingent Valuation Methods* (CVM) dengan variabel umur, tingkat pendapatan, umur, jarak, tanggungan anak, kepuasan pengunjung, waktu berkunjung, biaya perjalanan. Berdasarkan hasil *contingent valuation*, variabel tingkat pendapatan, jumlah tanggungan anak, kepuasan pengunjung dan waktu kunjungan berpengaruh secara signifikan terhadap besarnya *willingness to pay* pengunjung Ramsar Site. Kesiediaan membayar ternyata memiliki korelasi yang baik dengan beberapa variabel sosio ekonomi pengunjung. Pengunjung berpenghasilan lebih tinggi dan puas dengan kunjungan mereka bersedia membayar lebih. Kami memperoleh rata-rata WTP yang berada di kisaran 24,523 dirham maroko (\$6,20)

Renushree and Uma (2010) meneliti tentang “*Willingness to pay Toward Lake Conservation – Case Study Of Karanji Lake, Mysore*”. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM). Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, asal, umur, pendidikan, pekerjaan, gaji sebulan. Hasil penelitian ini menunjukkan dari 76 responden (52

persen) adalah perempuan (52 persen) dan laki-laki (47,4 persen), di mana wisatawan dari dengan di dan sekitar Mysore sebagian besar daerah (63,2 persen), dan dari kabupaten lain (26,3 persen) membentuk populasi besar yang disurvei, bervariasi dalam usia di bawah 18 untuk lebih dari 60, tapi jatuhnya mayoritas di kelompok usia 18-25 (35,2 persen) dan 25-40 (50,0 persen). Karena mayoritas terdiri dari kelompok mahasiswa komponen pendapatan bulanan gagal, mereka tidak menjawab pertanyaan ini. Kelompok pendapatan terdiri Rs10000-15000 (11,8 persen) Rs 15000-2500 (9,2 persen) lebih besar dari Rs 25000 (14,5 persen). Untuk Jumlah pertanyaan kali dikunjungi, responden menjawab untuk 2 dan 3 kali terjadi menjadi lebih jumlahnya (28,9 persen) (42,2 persen) masing-masing. Berkenaan Kesiapan untuk membayar pertanyaan yang tema pusat penelitian kami, respon tak terduga dari literatur yang didirikan. Hanya (31,5 persen) bersedia membayar dan beristirahat (68,42 persen) tidak bersedia.

Tabel 2. 1
Hubungan Variabel Dependen dan Independen dan Reverensi

Variabel	Hubungan	Referensi
Usia	-	Sasmi (2016); Pantari (2016) ; Annisa (2017)
Lama Pendidikan	+	Saptutyningsih (2017); Fauziah (2017); Sasmi (2016); Masruroh (2016); Jaja (2015)
Pendapatan	+	Saptutyningsih (2013); Pantari (2016); Fauziah (2017); El-Bekkay (2017); Annisa (2017); Jaja (2015)
Biaya rekreasi	-	Sasmi (2016); Pantari (2016); Saptutyningsih (2013)
Frekuensi Kunjungan	+	Fauziah (2017); Ayu (2014); Annisa (2017)
Presepsi kunjungan	+	El-Bekkay (2013)

C. Hipotesis

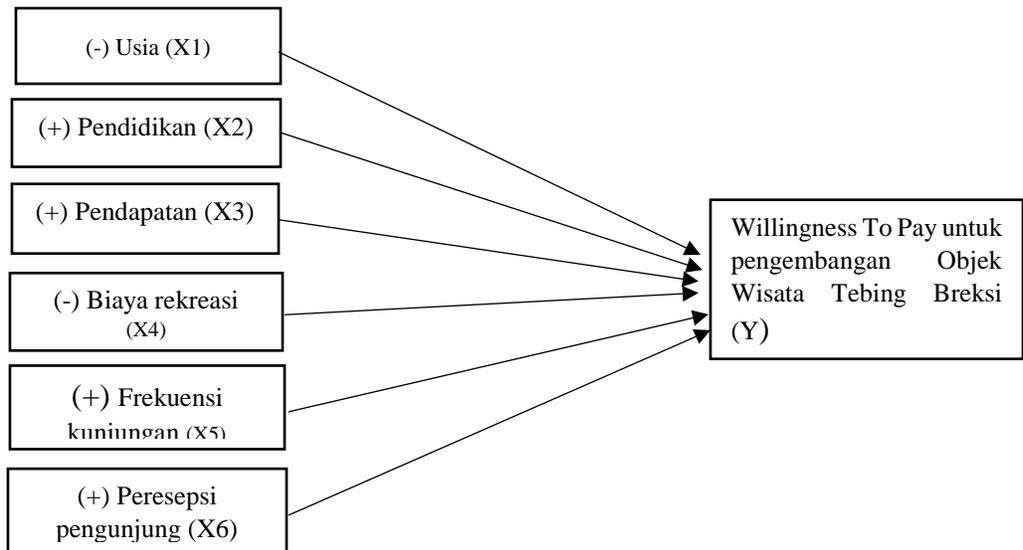
Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel usia diduga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
2. Variabel lama pendidikan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
3. Variabel tingkat pendapatan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
4. Variabel biaya rekreasi diduga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
5. Variabel frekuensi kunjungan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
6. Variabel Presepsi diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.

D. Kerangka Pemikiran

Potensi keindahan alam objek wisata Tebing Breksi telah menarik wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara sebagai destinasi wisata. Adanya aktivitas wisata tersebut tentunya akan menimbulkan permasalahan lingkungan seperti rusaknya pemandangan dengan sampah yang diakibatkan oleh wisatawan. Adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Tebing Breksi berpotensi mengakibatkan kerusakan lingkungan yang lebih parah lagi. Hal ini dapat dilakukan para wisatawan dengan membayar retribusi lebih untuk biaya perawatan dan pelestarian lingkungan objek wisata. Dengan demikian kelestarian lingkungan Tebing Breksi dapat terjaga dan wisatawan tetap dapat menikmati jasa lingkungannya.

Kualitas objek wisata Tebing Breksi meliputi kualitas lingkungan dan fasilitas wisata selayaknya diperbaiki dan dilengkapi agar keberadaannya dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi sehingga dapat memberikan kontribusi lebih banyak lagi bagi pendapatan daerah. Oleh karena itu harus ada upaya pengkajian kesediaan membayar wisatawan untuk memperbaiki kualitas objek wisata Tebing Breksi. Secara sistematis, kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran Operasional