

BAB VI

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN MASALAH

A. Kesimpulan

1. Nilai total *willingness to pay* (WTP) untuk pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata Tebing Breksi adalah sebesar 0.81 dimana variabel WTP merupakan variabel *dummy* yang menjelaskan bahwa 0 adalah tidak, sedangkan 1 adalah ya. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak sebaran 270 responden didominasi oleh responden yang bersedia menyisihkan uangnya untuk harga retribusi objek wisata Tebing Breksi sebesar Rp 9.730,00 yang di bulatkan menjadi Rp 10.000,00 agar mudah untuk menentukan harga retribusi masuk.
2. Variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi. Artinya jika tingkat pendidikan responden semakin tinggi maka peluang memberikan nilai WTP akan mengalami kenaikan. Hal ini dapat disebabkan karena semakin tinggi pendidikan seseorang maka pola pikir akan semakin luas dan tingkat pengetahuan akan manfaat adanya perbaikan kualitas lingkungan juga semakin baik. Pendidikan yang tinggi akan tercipta pemikiran yang lebih matang akan pentingnya menjaga kelestarian objek wisata, sehingga menghasilkan perubahan objek wisata yang lebih baik terhadap lingkungan alam sekitar.

3. Variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi. Dengan asumsi *ceteris paribus* yaitu faktor lain yang tidak digunakan dianggap konstan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin tinggi pula kesediaan membayar untuk retribusi masuk Tebing Breksi. Tingkat pendapatan sangat mempengaruhi seseorang dalam hal kesediaan untuk memberikan nilai WTP. Hal ini disebabkan dengan tingginya pendapatan wisatawan akan rela mengeluarkan uang lebih untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata.
4. Variabel biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi. Hal tersebut dikarenakan jika biaya rekreasi meningkat maka seseorang memiliki kesediaan memberikan nilai WTP juga akan meningkat dengan asumsi *ceteris paribus*. Pengunjung dengan biaya rekreasi yang tinggi cenderung rela memberikan nilai WTP lebih tinggi, hal ini karena tingkat biaya rekreasi responden yang tinggi tidak mengurangi alokasi dana WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi.
5. Variabel persepsi secara statistik berpengaruh negative dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Tebing Breksi. Jika semakin tinggi tingkat tidak kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Tebing Breksi maka akan semakin kecil pula nilai WTP yang akan di berikan. Hal tersebut dikarenakan pengunjung objek

wisata memberikan nilai WTP melihat dari kesediaan fasilitas, kebersihan serta tersedianya infrastruktur yang tersedia di objek wisata Tebing Breksi.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, rata-rata responden penelitian di dominasi oleh responden yang bersedia membayar lebih untuk tarif retribusi masuk. Dengan demikian, diharapkan agar pengelola objek dapat mengembangkan dan meningkatkan kualitas objek wisata dari segi akses jalan, penataan tempat, kebersihan, dan penyediaan fasilitas.
2. Variabel lama Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih. Hal dapat dijadikan masukan bagi pengelola Tebing Breksi untuk menambah fasilitas yang disediakan bagi pengunjung dengan pendidikan yang lebih tinggi sehingga pengunjung tidak hanya menikmati keindahan tebing saja tetapi juga dapat menambah pengetahuan. Dengan begitu maka akan menambah minat pengunjung untuk datang ke Tebing Breksi.
3. Variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terkait. Maka hal ini dapat dijadikan masukan untuk pengelola dalam hal perbaikan kualitas yang disediakan untuk pengunjung dengan pendapatan yang lebih tinggi sehingga pengunjung dengan pendapatan lebih akan rela membayar lebih untuk kualitas objek wisata yang lebih baik.

4. Variabel biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terkait. Hal ini dapat di jadikan masukan untuk pengelola dalam hal peningkatan fasilitas dan kualitas untuk pengunjung dengan biaya rekreasi tinggi agar pengunjung dengan biaya rekreasi tinggi rela membayar berapa pun asalkan puas dengan sesuatu yang di tawarkan.
5. Variabel persepsi pengunjung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel terkait. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pengelola objek wisata Tebing Breksi dapat memperbaiki fasilitas dan sarana prasarana serta mengembangkan objek wisata agar pengunjung merasa puas dan dapat berkunjung kembali suatu saat nanti.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Lokasi penelitian dilakukan hanya di objek wisata Tebing Breksi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan di Objek-objek wisata lainnya sehingga hasilnya dapat dibandingkan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan enam variabel independen. Diharapkan penelitian selanjutnya diharapkan penelitian selanjutnya untuk menambah variabel independen pada penelitian tersebut.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 270 responden atau data. Diharapkan pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti selanjutnya untuk menambah data pada penelitian tersebut.

4. Hasil R Square dalam penelitian ini hanya 20,3 persen atau dapat dikatakan lemah. Oleh karena itu diharapkan dalam penelitian selanjutnya R Square dapat lebih tinggi atau lebih kuat dengan menambah variabel independen.
5. Penelitian ini menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dan analisis regresi dalam penelitiannya. CVM memiliki kelemahan utama yaitu timbulnya bias, bias dapat ditimbulkan dari strategi yang keliru dan rancangan penelitian. Jadi, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode yang berbeda sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.