

**WILLINGNESS TO PAY PENGEMBANGAN DAN PERBAIKAN  
KUALITAS OBJEK WISATA TEBING BREKSI DI KABUPATEN  
SLEMAN**

*Pendekatan Contingent Valuation Method*

**WILLINGNESS TO PAY THE DEVELOPMENT AND  
IMPROVEMENT QUALITY OF TEBING BREKSI IN SLEMAN  
DISTRICT**

*Contingent Valuation Method Approach*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ilmu Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

**MUHAMMAD ZULFAHMI AKBAR**

**20140430079**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## PERNYATAAN

Dengan Ini Saya,

Nama : Muhammad Zulfahmi Akbar

Nomor Mahasiswa : 20140430079

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**WILLINGNESS TO PAY PENGEMBANGAN DAN PERBAIKAN KUALITAS OBJEK WISATA TEBING BREKSI**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 4 April 2018  
  
Muhammad Zulfahmi Akbar

## **MOTTO**

Man Jadda Wajada

“siapa yang bersungguh-sungguh maka akan berhasil”

“Allah akan menaikkan orang-orang yang beriman dari kamu dan orang-orang yang berilmu dengan beberapa derajat”

(Q.S Al Mujahadah : 11)

Sedangkan sebetulnya cara mendapatkan hasil itulah yang lebih penting daripada hasil itu sendiri.

(Tan Malaka)

Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan melakukan pekerjaan dengan baik, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk.

(Q.S. Al-Bayyinah : 7)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan Syukur Alhamdulillah saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah memberi dukungan serta motivasi terbesar dalam hidup saya
2. Budhe dan Pakdhe yang telah memberi suport, arahan dan nasehat.
3. Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Pemerintah Kabupaten Sleman

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *willingness to pay* pengunjung objek wisata Tebing Breksi untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *willingness to pay* tersebut. Studi ini menggunakan data primer dengan jumlah responden sebanyak 270 yang dilakukan secara acak atau *random sampling*. *Willingness to pay* dapat diperkirakan dengan menggunakan pendekatan *contingent valuation method* (CVM). Alat analisis pada penelitian ini menggunakan regresi biner logistik pada SPSS 20. Berdasarkan analisis, nilai rata-rata *willingness to pay* per orang untuk retribusi masuk adalah Rp9.730,00 dan di bulatkan menjadi Rp10.000.00 yang didapat dengan permainan lelang atau bidding game. Faktor – faktor yang diduga mempengaruhi secara signifikan besarnya nilai *willingness to pay* untuk responden pengunjung objek wisata Tebing Breksi adalah Variabel lama pendidikan, pendapatan, biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan, variabel persepsi berpengaruh negatif dan signifikan. Sedangkan variabel usia dan frekuensi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *willingness to pay*.

Kata kunci : *willingness to pay*; *contingent valuation method*; Tebing Breksi

## **ABSTRACT**

*This research aims to measure the willingness to pay visitors for developing and improving of Tebing Breksi site and to know what factors influence the willingness to pay. This research uses primary data with the number of respondents as much as 270 done randomly or random sampling. Willingness to pay can be estimated using a contingent valuation method (CVM) approach. The analysis tool in this study used binary logistic regression on SPSS 20. Based on the analysis, the average value of willingness to pay per person for the entrance fee is Rp9.730,00 and rounded to Rp10.000.00 which can be with the game of auction or bidding game . Factors - factors that allegedly influence significantly the value of willingness to pay for the respondents of the tourist attraction Brecter Cliff is the old Variables Education, income, recreation costs have a positive and significant influence, the perception variable has a negative and significant influence. While the age and frequency variables have a positive effect and not sigifikan towards willingness to pay.*

*Keywords: willingness to pay; contingent valuation method; Tebing Breksi*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabil alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang menciptakan semesta alam, segala nikmat dan rahmatnya serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai kelengkapan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul skripsi *Willingness To Pay* Pengembangan dan Perbaikan Kualitas Objek Wisata Tebing Breksi. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, serta kerabat dan pengikut-pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, banyak sekali mendapat bimbingan dan bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr.Endah Saptutyingsih, SE., Msi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, petunjuk serta bimbingannya hingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
2. Bapak Dr. Imamuddin Yuliadi, selaku ketua Prodi Ilmu Ekonomi, yang telah membantu serta memudahkan penulis.
3. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Ekonomi, yang telah membantu dan mengajarkan ilmunya yang sangat bermanfaat kepada penulis

4. Bapak dan Almh Ibu yang selalu memberikan suport dalam bentuk apapun untuk penulis.
5. Pak Dhe dan Bu Dhe yang selau memberikan masukan dan dukungan.
6. Sahabat-sahabat penulis yang telah membantu menyebarkan kuesioner skripsi ini: Ade Kurniawan, Nurseto, Rofik Arahman, Andam, Dwi, dan teman-teman lainnya.
7. Keluarga besar HMI Komisariat FEB UMY, khususnya yang menjabat pada kepengurusan periode 1437-1438 H/2016-2017 M (Sukma, Bayu, Dwi, Dhinda, Eko, Harispa, Yoby, Drean, Shidiq, Funky, Habibie, Bagus S, Bustanul, Fikr, Arrifai, Ryan, Ratih, Yusuf, Zulfa, Aini, Tantri dkk) yang telah menemani dan berjuang bersama-sama
8. Teman teman KKN ( Wenda, Syarif, Rama, Ardi, Edo, Irni, Arum, Mara) yang selalu ceria.
9. Teman-teman Cipret (Amel, Ghea, Anggi, Giska, Vinaya) yang selalu memberi semangat, teman gabut dan memberi masukan.
10. Teman-teman Inshaallah Sukses (Raboy, Mugni, Andam, Seto, Nadya, Rofik, Ayu, Opie, dkk) yang telah berbagi canda tawa dan pengalaman selama menempuh perkeuliahan yang tak mungkin terlupa.
11. Laila Karimah, Ade Kurniawan, Seto yang banyak membantu dalam proses penulisan skripsi.



12. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2014 yang banyak mewarnai selama menempuh perkuliahan.
13. Teman-teman yang selalu mendoakan, terimakasih untuk selalu mengingat penulis dan menyebut nama penulis di setiap doa kalian.
14. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kebaikan peneliti selanjutnya. Meskipun demikian, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis ataupun pihak-pihak yang membaca. Dengan kerendahan hati, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dalam skripsi ini. Semoga Allah memberkahi dan membalas atas apa yang telah diberikan kepada penulis.

Yogyakarta, Maret 2018

Penulis

Muhammad Zulfahmi Akbar

## DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u> .....	i
<u>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</u> .....	ii
<u>HALAMAN PERNYATAAN</u> .....	iii
<u>MOTTO</u> .....	iv
<u>PERSEMBAHAN</u> .....	v
<u>INTISARI</u> .....	vi
<u>ABSTRACT</u> .....	vii
<u>KATA PENGANTAR</u> .....	viii
<u>DAFTAR ISI</u> .....	xi
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	xiii
<u>DAFTAR GAMBAR</u> .....	xiv
<u>BAB I</u> .....	1
<u>A. Latar Belakang</u> .....	1
<u>B. Rumusan Masalah</u> .....	12
<u>D. Tujuan Penelitian</u> .....	13
<u>E. Manfaat Penelitian</u> .....	14
<u>BAB II</u> .....	15
<u>A. Landasan Teori</u> .....	15
<u>1. Pengertian Pariwisata</u> .....	15
<u>2. Jenis Pariwisata</u> .....	16
<u>3. Bentuk Pariwisata</u> .....	17
<u>4. Daerah tujuan wisata</u> .....	19
<u>5. Konsep Willingness to Pay</u> .....	21
<u>6. Valuasi Ekonomi</u> .....	24
<u>7. Contingent Valuation Method (CVM)</u> .....	28
<u>B. Penelitian Terdahulu</u> .....	35
<u>C. Hipotesis</u> .....	42

D. <u>Kerangka Pemikiran</u> .....	43
<u>BAB III</u> .....	45
A. <u>Subjek Penelitian</u> .....	45
B. <u>Jenis Data</u> .....	45
C. <u>Teknik Pengambilan Sampel</u> .....	46
E. <u>Definisi Operasional Variabel</u> .....	47
F. <u>Metode Analisis</u> .....	50
G. <u>Model Penelitian</u> .....	51
H. <u>Analisis Statistik Deskriptif</u> .....	52
I. <u>Regresi Uji Binary Logistik</u> .....	52
1. <u>Uji ketepatan klasifikasi</u> .....	53
2. <u>Uji kesesuaian model</u> .....	53
3. <u>Uji Signifikansi</u> .....	54
<u>BAB IV</u> .....	56
A. <u>Gambaran umum objek penelitian</u> .....	56
B. <u>Karakteristik Responden</u> .....	58
C. <u>Persepsi Responden Pengunjung Tebing Breksi</u> .....	64
D. <u>Willingness To Pay Pengembangan dan Perbaikan Kualitas Objek Wisata Tebing Breksi</u> .....	68
<u>BAB V</u> .....	70
A. <u>Analisis Data</u> .....	70
1. <u>Analisi Statistik Deskriptif</u> .....	70
2. <u>Hasil Regresi Uji Binary Logistik</u> .....	73
B. <u>Pembahasan</u> .....	83
<u>BAB VI</u> .....	92
A. <u>Kesimpulan</u> .....	90
B. <u>Saran</u> .....	92
C. <u>Keterbatasan Penelitian</u> .....	93
<u>DAFTAR PUSTAKA</u> .....	94
<u>LAMPIRAN</u> .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Provinsi DIY .....	3
Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Sleman .....	5
Tabel 1. 3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Tebing Breksi.....	7
Tabel 2. 1 Hubungan Variabel Dependen dan Independen dan Reverensi.....	41
Tabel 5. 1 Deskriptif Statistik Variabel .....	70
Tabel 5. 2 Uji Ketetapan Klasifikasi.....	74
Tabel 5. 3 Hasil Uji Negelkerke R Square.....	75
Tabel 5. 4 Hasil Uji Hosmer dan Lemeshow .....	76
Tabel 5. 5 Hasil Uji Sognifikansi Simultan .....	77
Tabel 5. 6 Signifikansi dan Koefisien Regresi.....	78

## **DAFTAR GAMBAR**

<u>2.1 Surplus Konsumen</u> .....	24
<u>2.2 Metode Valuasi Ekonomi</u> .....	25
2.3 Kerangka pemikiran.....	44
4.1 Objek Wisata Tebing Breksi .....	56
4.2 Usia Pengunjung Tebing Breksi .....	58
4.3 Jenis kelamin Pengunjung Tebing Breksi.....	59
4.4 Berdasarkan status pernikahan responden pengunjung Tebing Breksi.....	60
4.5 Jenjang pendidikan Pengunjung Tebing Breksi.....	60
4.6 Berdasarkan Pendapatan Responden Tebing Breksi.....	61
4.7 Berdasarkan jenis pekerjaan responden Tebing Breksi .....	62
4.8 Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Responden Tebing Breksi .....	63
4.9 Kondisi Jalan Menuju Tebing Breksi .....	64
4.10 Fasilitas Objek Wisata Tebing Breksi.....	65
4.11 Kualitas Kebersihan Objek Wisata Tebing Breksi .....	66
4.12 Tingkat Kepuasan Responden Objek Wisata Tebing Breksi.....	67
4.13 Willingnes To Pay Retribusi Masuk Objek Wisata Tebing Breksi .....	68