

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pariwisata**

Berasal dari bahasa Sanskerta, pariwisata terdiri dari dua kata, yaitu “pari” yang berarti penuh, seluruh, atau semua dan “wisata” yang bermakna perjalanan (Rai, 2017). Wahab (1975) sebagaimana yang dikutip oleh Pendit dalam bukunya Ilmu Pariwisata merumuskan pengertian pariwisata adalah salah satu jenis industri yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat seperti penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup sekaligus dapat merangsang sektor-sektor produktivitas lainnya. Sementara itu menurut Kodhyat (1998) pariwisata adalah sesuatu yang dilakukan seorang atau kelompok yang melakukan perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, untuk mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi alam, ilmu, sosial dan budaya.

Berikut adalah pariwisata menurut Spillane (1990) :

##### *a. Pleasure Tourism*

Jenis pariwisata ini dilakukan untuk berlibur, mencari kesenangan untuk mengetahui keingintahuannya, untuk melihat sesuatu yang baru, oleh seorang, jenis pariwisata ini menyangkut begitu banyak

unsur yang sifatnya berbeda-beda kadar pemuasannya, sesuai dengan karakter, cita rasa, dan latar belakang kehidupan.

b. *Recreation Sites*

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seorang atau kelompok yang memanfaatkan hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani. Biasanya, mereka menetap selama mungkin di tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut dengan tujuan untuk menemukan kenikmatan yang diperlukan.

c. *Cultural Tourism*

Jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, mempelajari cara hidup masyarakat di daerah atau di negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, untuk mengunjungi pusat-pusat kesenian dan lain-lain.

d. *Sports Tourism*

Pariwisata ini biasanya bertujuan untuk berolahraga agar tubuh menjadi segar kembali. Jenis ini dapat dibagi dalam dua :

- a) *Big Sports Events*, jenis ini contohnya seperti event-event olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan tinju dunia, kejuaraan sepak bola dunia, dan lain-lain.

b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, jenis ini adalah olahraga bagi seseorang atau kelompok yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, mendaki gunung, memancing, berburu dan sebagainya.

e. *Business Tourism*

Berdasarkan pengertian dari para ahli perjalanan usaha ini ada kaitannya dengan pekerjaan atau *professional travel*.

f. *Convention Tourism*

Pariwisata ini mencakup kegiatan konferensi pertemuan baik nasional maupun internasional. Sudah banyak negara yang bahwa pariwisata konferensi ini memiliki potensi ekonomi yang besar, sehingga mereka saling berlomba untuk menyiapkan dan membangun bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk tujuan ini atau membangun “pusat-pusat konferensi” yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas mewah yang diperlukan untuk dapat menjamin efisiensi kegiatan konferensi.

Dari pandangan ekonomi, pariwisata memiliki dampak positif antara lain (1) mendatangkan devisa melalui penukaran mata uang asing (2) pasar yang mempunyai kekuatan bagi produk dalam negeri (3) meningkatkan pendapatan masyarakat setempat (4) memperluas kesempatan kerja (5) sumber pendapatan asli daerah (PAD), dan (6) merangsang kreativitas seniman yang ada (Rai, 2017). Tetapi patut diakui juga bahwa pariwisata memiliki dampak negatif seperti, menyusutnya lahan pertanian untuk

pembangunan fasilitas pariwisata, meningkatnya kriminalitas, padatnya lalu lintas, terjadinya urbanisasi dan emigrasi, kerusakan lingkungan, polusi, dan lain-lain. (Rai, 2017)

## **2. Wisatawan**

Berdasarkan pada batasan *League of Nation* tahun 1936 yang telah diberi amandemen oleh komisi Teknik IUOTO (*International Union of Official Travel Organizations*), PATA (*Pacific Area Travel Association*) memberikan definisi wisatawan pada dasarnya diartikan sebagai seorang atau kelompok yang mengadakan perjalanan dengan jangka waktu minimal 24 jam dan maksimal 3 bulan di suatu negeri yang bukan negeri di mana biasanya ia tinggal (Pendit 1999). Mereka ini meliputi :

- 1) Seseorang atau kelompok yang mengadakan perjalanan dengan maksud bersenang-senang, untuk keperluan pribadi dan sebagainya
- 2) Seseorang atau kelompok yang sedang melakukan perjalanan dengan maksud menghadiri pertemuan, konferensi, dan sejenisnya
- 3) Orang yang sedang melakukan dengan maksud bisnis

## **3. Barang Publik**

Barang publik merupakan barang yang jika dipergunakan atau dikonsumsi oleh individu tertentu sama sekali tidak akan mengurangi konsumsi untuk orang lain nya dan siapapun tidak berhak mencegah orang lain untuk menggunakan atau mengkonsumsinya (Prasetyia, 2012). Menurut Prasetyia (2012) barang publik memiliki dua ciri, yaitu :

1. Non-eksklusivitas, artinya barang publik yang dipergunakan atau dikonsumsi oleh individu tertentu tidak akan mengurangi manfaat atau volume yang akan dipergunakan oleh orang.
2. Non-rivalitas, artinya adalah barang yang manfaatnya dapat diberikan bagi pengguna tambahan dengan biaya marjinal nol.

Menurut Prasetya (2012) terdapat tiga masalah yang akan muncul dari barang publik, yaitu :

1. Pemanfaatan yang eksploitatif atau berlebih orang individu tertentu.
2. Barang publik tidak memiliki harga karena barang publik tidak diperdagangkan.
3. Tidak adanya insentif untuk memelihara dan melestarikan barang publik tersebut, karena tidak adanya keuntungan yang didapatkan dari barang itu.

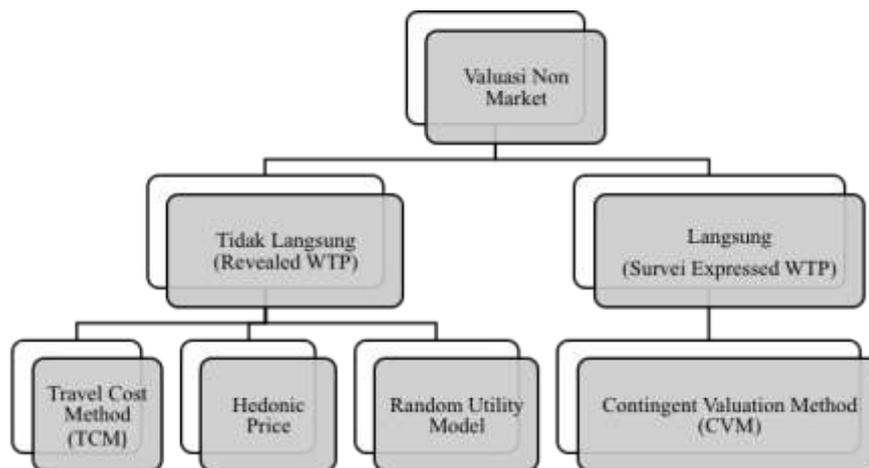
#### **4. Valuasi Ekonomi Lingkungan**

Valuasi ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan merupakan pengenaan nilai moneter kepada sebagian atau seluruh potensi sumberdaya alam sesuai dengan tujuan pemanfaatannya (Soemarno, 2010). Valuasi ekonomi sumberdaya dan lingkungan yang dimaksud adalah *total net value*, nilai pencegahan atas pencemaran dan kerusakan maupun pemulihan.

Aplikasi valuasi ekonomi menunjukkan hubungan antara pembangunan ekonomi dengan konservasi sumberdaya alam serta dapat menjadi alat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan penggunaan dan pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan.

Sebagai barang publik lingkungan merupakan barang yang tidak dapat terukur secara fisik-kuantitatif sehingga sulit untuk menilainya dengan uang, tetapi lingkungan adalah komoditas yang banyak dibutuhkan. Lingkungan mempunyai manfaat fungsi ekologis yang sering tidak terkuantifikasi dalam perhitungan nilai lingkungan secara menyeluruh. Pentingnya fungsi ekonomi dan non ekonomi dari lingkungan memerlukan penilaian yang mampu meliputi nilai pasar barang dan nilai jasa yang dapat dihasilkan lingkungan tersebut.

Berikut metode valuasi ekonomi barang non pasar (*non market goods*) :



**Gambar 2.1 Metode Valuasi Ekonomi Non-Pasar**

Pada saat ini metode yang yang paling populer digunakan adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) karena dapat mengukur dengan baik nilai penggunaan dan nilai dari non pengguna.

Metode *Contingent Valuation Method* (CVM) merupakan teknik survei langsung, bertemu dan bertanya pada penduduk tentang nilai atau harga yang akan mereka berikan terhadap komoditi yang tidak memiliki pasar seperti barang lingkungan (Yakin, 1997). Dalam *Contingent Valuation*

*Method* (CVM) setidaknya ada empat cara dalam mengajukan pertanyaan kepada sample atau responden (Hanley dan Splash, 1993) yaitu :

- 1) *Bidding Game* (metode tawar menawar), cara ini menyarankan harga atau nilai pada responden atau sample yang ditemui hingga mencapai nilai WTP yang bersedia dibayarkan oleh responden. Jika responden menjawab “ya” dengan harga ditawarkan maka harga dinaikkan hingga responden menjawab “tidak. Angka terakhir yang dicapai responden adalah ketika responden menjawab “tidak” merupakan nilai WTP tertinggi.
- 2) *Payment Card* (metode kartu pembayaran), cara ini menggunakan nilai yang diuraikan pada sebuah kartu yang memungkinkan jenis pengeluaran responden dalam kelompok pendapatan yang ditentukan, dengan menggunakan perbandingan jenis pekerjaan mereka, sehingga dapat membantu responden menyesuaikan jawaban mereka. Responden ditanyakan harga maksimum yang sanggup dibayar untuk suatu produk sumber daya alam.
- 3) *Dichotomous Choice* (metode referendum tertutup) cara ini menggunakan suatu alat pembayaran yang ditujukan kepada responden baik mereka setuju atau tidak setuju. Dengan menggunakan alat yang disarankan tersebut, respon dari para responden diarahkan untuk menjawab setuju/tidak dengan jawaban “ya/tidak”. Jawaban ya/tidak tersebut akan dianalisa dengan teknik

respon biner seperti penggunaan analisa regresi logit menentukan *willingness to pay*.

- 4) *Open-ended Question* (metode pertanyaan terbuka), cara ini dilakukan dengan cara menanyakan responden nilai maksimum *willingness to pay* mereka tanpa ada suatu penyaranan nilai awal.

*Contingent Valuation Method* (CVM) mempunyai keterbatasan yaitu timbulnya bias, hal ini terjadi jika penggunaan metode ini muncul nilai yang lebih tinggi ataupun lebih rendah dari nilai sebenarnya. Hanley dan Spash (1993) menyatakan bias tersebut terjadi karena beberapa hal, yaitu:

- 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 terjadi apabila fakta yang ditanyakan kepada responden pada pasar hipotesis membuat

tanggapan responden berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga *willingness to pay* yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai sesungguhnya.

### **5. *Willingness to Pay***

Syakya (2005) memberikan definisi *willingness to pay* merupakan suatu metode penilaian yang bertujuan untuk mengetahui pada level berapa seseorang mampu membayar untuk memperbaiki lingkungan jika ia ingin memperbaiki lingkungannya lebih baik. Penilaian individu dari responden ini didasarkan pada hipotesis pasar untuk meningkatkan atau menurunkan jumlah dari beberapa barang. Responden akan memberikan informasi jika ada pasar yang menyediakan barang tersebut, berapakah batas maksimum kesediaan membayarnya untuk perbaikan kualitas lingkungan dan batas minimum kesediaan menerima untuk penurunan kualitas lingkungan.

Field dan Field (2006) menyatakan bahwa untuk mengungkap nilai *willingness to pay* seseorang dalam memperbaiki kualitas lingkungan terdapat tiga cara, yaitu :

- 1) Melihat besarnya pengeluaran seseorang untuk mengurangi kerugian akibat kualitas lingkungan yang buruk.
- 2) Melihat nilai pasar dari barang atas jasa yang berada di pasar yang berbeda.
- 3) Melakukan survei dengan menanyakan langsung kesediaan membayar seseorang untuk menikmati kualitas lingkungan yang lebih baik.

Dalam menentukan atau pendugaan willingness to pay pada dasarnya Contingent Valuation Method 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.

Nilai rata-rata WTP dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar nilai WTP dari individu-individu yang disurvei secara mudah. Dugaan rata-rata WTP dapat dihitung dengan rumus :

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

Keterangan :

*EWTP* : Dugaan Rataan WTP

*W<sub>i</sub>* : Nilai WTP ke-*i*

*n* : Jumlah Responden

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

## B. Penelitian Terdahulu

Sampai saat ini sudah cukup banyak penelitian yang dilakukan untuk mengukur nilai atau manfaat ekonomi atas barang dan jasa lingkungan. Terdapat berbagai macam metode yang dapat digunakan untuk penelitian-penelitian tersebut. Berdasarkan hasil studi pustaka diperoleh beberapa hasil

kajian penelitian sejenis seperti, Dewi (2016) yang melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Willingness To Pay Masyarakat DIY terhadap Objek Wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka*” dengan variabel usia, tingkat pendidikan, pendapatan dan jarak, dengan menggunakan metode penilaian *contingent valuation method* (CVM) memperoleh hasil bahwa usia tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay*, tingkat pendidikan berpengaruh terhadap *willingness to pay*, pendapatan berpengaruh terhadap *willingness to pay* dan jarak berpengaruh terhadap *willingness to pay*, dengan besaran nilai *willingness to pay* sebesar Rp 19.614,- dengan nilai total sebesar Rp 2.236.000,- .

Penelitian lainnya dilakukan oleh Saptutyingsih (2007) dengan Judul “*Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Willingness To Pay Untuk Perbaikan Kualitas Air Sungai Code di Kota Yogyakarta*” dengan mengambil variabel gender dan keberadaan anak, pendapatan, ada/tidak adanya aktifitas, dan lama tinggal, dengan menggunakan metode penilaian *contingent valuation method* (CVM) mendapatkan hasil bahwa gender dan keberadaan anak berpengaruh terhadap *willingness to pay*, pendapatan berpengaruh terhadap *willingness to pay*, ada atau tidaknya aktifitas mempunyai pengaruh terhadap *willingness to pay*, sedangkan lamanya tinggal dan tingkat kualitas air sungai code tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay*.

Adapun Fauziyah (2017) meneliti *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas objek wisata waduk sermo, yang berjudul “*Analisis*

*Willingness To Pay Untuk Perbaikan Kualitas Objek Wisata Waduk Sermo di Kabupaten Kulonprogo*” dengan menggunakan metode *contingent valuation method* (CVM) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *willingness to pay*, frekuensi kunjungan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *willingness to pay*, sedangkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan status pernikahan secara statistik tidak signifikan terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas objek wisata waduk sermo. Besaran nilai *willingness to pay* wisatawan untuk perbaikan objek wisata waduk sermo adalah sebesar Rp 8.200.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Majid (2008) dalam penelitiannya menyatakan bahwa tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan mempengaruhi kesediaan responden membayar. Nilai *willingness to pay* yang diperoleh adalah sebesar Rp 2.104,65 per orang yang bisa dijadikan sebagai patokan dana retribusi di situ babakan. Nilai tersebut dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, biaya kunjungan, dan frekuensi kunjungan.

Selanjutnya Prasetyo dan Saptutyningsih (2013) meneliti “*Bagaimana Kesediaan Untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata?*” studi kasus di desa-desa wisata yang berada di Kabupaten Sleman, dalam penelitiannya menunjukkan bahwa usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap *willingness to pay* dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman pascaerupsi Merapi.

Penelitian yang dilakukan oleh Pantari (2016) berjudul “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Willingness to Pay untuk Perbaikan Kualitas Lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta*”. Dalam penelitiannya dengan menggunakan *travel cost method* (TCM), biaya perjalanan dan fasilitas secara signifikan berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan. Sedangkan usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi kunjungan. Dengan menggunakan *contingent valuation method* (CVM), tingkat penghasilan secara signifikan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Variabel lainnya yaitu frekuensi kunjungan secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta

Sementara itu Rahmawati (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “*Analisis Willingness to Pay Wisata Air Sungai Pleret Kota Semarang*” mendapatkan hasil bahwa variabel persepsi keindahan alam, pendapatan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel jarak, frekuensi kunjungan berpengaruh negatif dan signifikan. Variabel pengetahuan lingkungan sungai tidak berpengaruh signifikan terhadap WTP pengunjung wisata air sungai Pleret Kota Semarang.

Penelitian lainnya yang telah dilakukan Bal dan Mohanthy (2014) tentang "Penentuan Kemauan untuk Membayar Biaya Masuk ke Taman Nasional: Investigasi Empirical". Tulisan ini menguji faktor-faktor penentu

keinginan membayar (WTP) Taman Nasional Bhitarkanika (BNP), Odisha di India. Data primer telah dikumpulkan dari pengunjung melalui metode survei. Penelitian ini menggunakan model regresi berganda untuk menentukan WTP untuk biaya masuk di BNP. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan, usia, hari yang dihabiskan,

Status, dan biaya perjalanan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan WTP, dan gender berdampak negatif terhadap WTP. Peneliti dari penelitian ini menyarankan untuk menaikkan biaya masuk dari Rs.20 ke Rs.40 yang dapat meningkatkan pendapatan taman nasional BNP.

Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Sevda Birdir dkk (2013) yang berjudul "*Willingness to pay as an economic instrument for coastal tourism management: Cases from Mersin, Turkey*" dengan menggunakan data dari 402 responden di pantai Turki Kizkalesi, Yemiskumu dan Susanoglu dekat Mersin. Responden 92% menyatakan WTP untuk melihat pantai ditingkatkan dengan mengatasi masalah sampah yang dibuang sembarang, penyediaan lebih banyak kegiatan sosial dan untuk menjaga kualitas pantai.

Penelitian lain telah dilakukan oleh Hadker dkk (1997) yang berjudul "*Willingness-to-pay for Borivli National Park: evidence from a Contingent Valuation*" Dalam penelitiannya kesediaan untuk membayar oleh penduduk Mumbai dalam pemeliharaan dan pelestarian Taman Nasional Borivli menggunakan CVM, Hadker (1997) menetapkan bahwa

penduduk Mumbai bersedia membayar sejumlah INR 20 Juta per bulan untuk 5 tahun ke depan. untuk fasilitas lingkungan yang disediakan oleh taman.

**Tabel 2.1**  
**Tingkat Signifikansi Variabel**

Variabel	Hubungan	Referensi
Jenis Kelamin	+	Saptutyingsih (2007); Sevda Birdir dkk (2013)
Tingkat Pendidikan	+	Fauziah (2017); Majid (2008); Dewi (2016); Hadker dkk (1997); Pantari (2016); Rahmawati (2014)
Tingkat Pendapatan	+	Saptutyingsih (2013); Fauziah (2017); Majid (2008); Bal & Mohanty (2014); Rahmawati (2014); Pantari (2016)
Jarak	+	Dewi (2016); Rahmawati (2014);
Jumlah Tanggungan Keluarga	+	Saptutyingsih (2007)
Frekuensi Kunjungan	+	Fauziah (2017); Pantari (2016); Rahmawati (2014)
Presepsi kualitas Lingkungan	+	Rahmawati (2014)

### C. Hipotesis

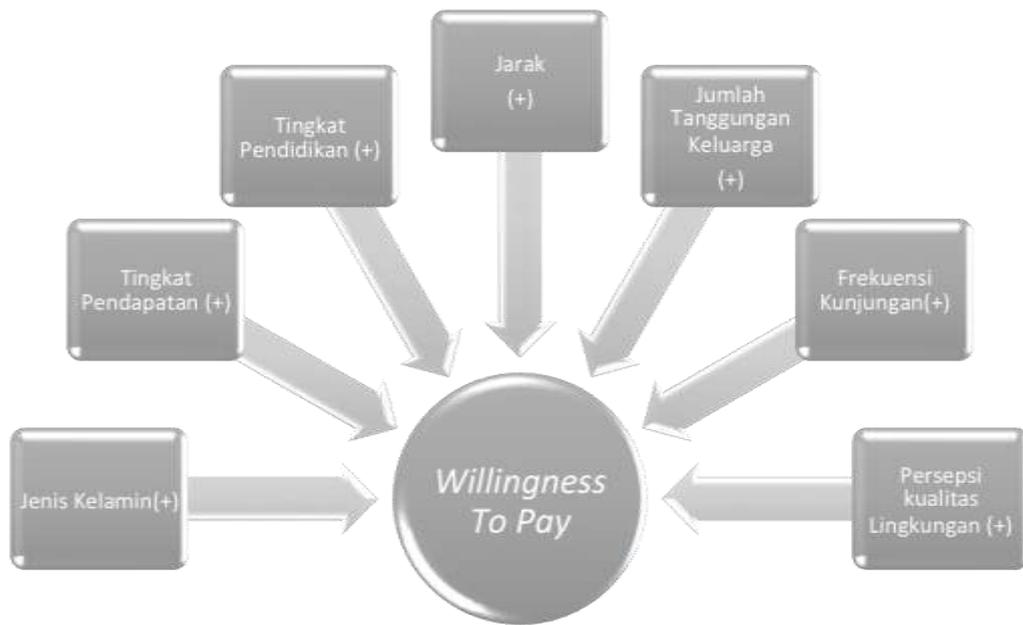
Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan penelitian terdahulu, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- 1) Diduga variabel jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas objek wisata Taman Berlabuh.
- 2) Diduga variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas objek wisata Taman Berlabuh.

- 3) Diduga variabel tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas objek wisata Taman Berlabuh.
- 4) Diduga variabel jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas objek wisata Taman Berlabuh.
- 5) Diduga variabel jarak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas objek wisata Taman Berlabuh.
- 6) Diduga variabel frekuensi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas objek wisata Taman Berlabuh.
- 7) Diduga variabel persepsi kualitas lingkungan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas objek wisata Taman Berlabuh.

#### **D. Model Penelitian**

Model penelitian ini menggambarkan variabel jenis kelamin, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, jarak, frekuensi kunjungan dan persepsi kualitas lingkungan sebagai variabel independen dan *willingness to pay* sebagai variabel dependen.



**Gambar 2.2 Model Penelitian**