

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang (H. Oka A. Yoeti :1996:112).

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Bab I Pasal 1 dinyatakan bahwa wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Berdasarkan penjelasan di atas, pada dasarnya wisata mengandung unsur yaitu : (1) Kegiatan perjalanan; (2) Dilakukan secara sukarela; (3) Bersifat sementara; (4) Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang seiring berjalannya waktu. Hal ini berkaitan dengan kehidupan manusia yang serba ingin tahu mengenai segala sesuatu. Baik itu berupa peristiwa

ataupun situasi yang terjadi dalam berbagai bidang dengan aspek kehidupan dan lingkungannya. Berbagai upaya yang dapat dilaksanakan untuk menumbuhkembangkan industri pariwisata diantaranya pengadaan sarana akomodasi yang memadai, promosi, kemudahan perjalanan, penambahan dan pengembangan kawasan pariwisata serta mengupayakan produk-produk baru (Tazkia dan Hayati, 2012).

2. Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata memiliki berbagai macam jenis menurut Spriline (1987) yaitu adalah :

a) Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menginginkan hari-hari libur untuk beristirahat, untuk menyegarkan kembali jasmani dan rohani serta memulihkan tenaga dari kepenatan lelahnya.

b) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan rumah atau tempat tinggalnya dengan sengaja berlibur, menghirup udara segar yang baru, juga untuk mengurangi ketegangan urat syaraf dan lain sebagainya.

c) Pariwisata untuk olahraga (*sport torism*)

Jenis pariwisata ini ditandai bertujuan untuk ber olahraga, baik hanya untuk menarik perhatian para penonton ataupun olahragawan itu sendiri dan ditunjukkan untuk mereka yang

menginginkan mencoba sendiri. Pariwisata ini dibagi menjadi 2 kategori yaitu:

1. Big sport event, yaitu moment olahraga besar seperti olympiade, sea games, piala dunia, kejuaraan tinju dunia, dan sebagainya.
2. Sporting tourism of the practitioners, yaitu pariwisata olahraga bagi orang yang ingin belajar atau berlatih dan mempraktekkan sendiri. Contoh : pacuan kuda, mendaki gunung, berburu, memancing, memanah, dan sebagainya.

d) Pariwisata untuk kebudayaan

Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian kegiatan dan motivasi seperti kemauan untuk belajar pada pusat riset atau pun pengajaran. Contohnya dalam mempelajari adat istiadat, cara hidup bermasyarakat dengan individu lainnya.

e) Pariwisata untuk konvensi (konvensi tourism)

Banyak negara-negara yang tertarik dan menganggap bahwa jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel maupun bangunan-bangunan yang khusus untuk dilengkapi guna menunjang convention tourism.

f) Pariwisata untuk urusan dagang besar (business tourism)

Jenis pariwisata ini unsur yang ditekankan yaitu kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan yang menggunakan waktu luangnya untuk menikmati sebagai wisatawan yang berkunjung di berbagai objek wisata dan jenis pariwisata lainnya.

3. Unsur Pariwisata

Menurut Spillane (1991) terdapat lima unsur industri pariwisata yang sangat penting yaitu:

a) *Attractions* (daya tarik)

Attractions dibagi menjadi dua yaitu *site attraction* dan *event attraction*. *Site attraction* adalah daya tarik fisik permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah dengan tujuan wisata seperti museum, keraton, kebun binatang, dan lain-lain. Sedangkan *event attraction* merupakan atraksi atau pertunjukan yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat dipindah ataupun diubah dengan mudah seperti pameran, bazar, pasar malam, atau pun pertunjukan seni daerah dan sebagainya.

b) *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan)

Fasilitas lebih pada daya tarik pada suatu lokasi karena fasilitas harus terletak pada pasarannya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan tentunya akan memerlukan makan, minum, dan tidur. Oleh karena wisatawan membutuhkan sarana prasarana

seperti penginapan. Selain itu juga ada kebutuhan seperti toko souvenir, laundry, tour guide, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

c) *Infrastructure* (infrastruktur)

Meskipun fasilitas sudah bisa dikatakan bagus, namun infrastruktur masih jelek, maka perkembangan pariwisata tidak akan berjalan dengan lancar. Bagian terpenting dari infrastruktur pariwisata termasuk:

- 1) Jaringan Komunikasi
- 2) Fasilitas Kesehatan
- 3) Sistem Pengairan
- 4) Sumber Listrik dan Energi
- 5) Jalan Raya atau Jalan-Jalan
- 6) Sistem Pembuangan Kotoran atau Air

Pengembangan infrastruktur sangat diperlukan untuk mendorong perkembangan pariwisata. Infrastruktur suatu daerah sebenarnya dinikmati oleh wisatawan maupun masyarakat yang juga tinggal disana, maka ada keuntungan bagi masyarakat yang juga tinggal disana, maka dari itu ada keuntungan bagi masyarakat yang bukan wisatawan. Pemenuhan infrastruktur adalah salah satu cara untuk

menciptakan suasana yang cocok bagi pengembangan pariwisata.

d) *Transportations* (transportasi)

Kemajuan transportasi dalam dunia pariwisata sangat diperlukan karena menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan wisata, baik transportasi darat, laut, maupun udara merupakan unsur yang paling penting, yang mengakibatkan pergerakan seluruh roda industri pariwisata mulai dari tempat wisatawan tinggal menuju tempat dimana lokasi wisata berada.

e) *Hospitaly* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan baru pasti memerlukan kepastian masalah dalam keamanan. Situasi yang kurang aman mengenai makanan, air, atau pun perlindungan yang memungkinkan orang untuk menghindari berkunjung ke suatu lokasi onjek wisata. Maka dari itu kebutuhan keamanan serta perlindungan harus disediakan serta keramahtamahan tenaga kerja pariwisata perlu dipertimbangkan agar wisatawan merasa aman dan nyaman dalam melakukan perjalanan wisata.

4. Peran Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor yang berperan besar dalam perekonomian suatu negara. Peran pariwisata diantaranya yaitu menjadi sumber devisa negara dimana para wisatawan dari mancanegara yang datang ke Indonesia mereka perlu menukarkan

uang maupun valuta negaranya dengan rupiah. Valuta asing merupakan salah satu devisa negara. Maka dari itu semakin banyak wisatawan dari mancanegara yang datang ke Indonesia maka semakin banyak pula devisa yang didapatkan.

Menurut Hutabarat (1992) menjelaskan peranan sektor pariwisata pada saat ini adalah: yang pertama yaitu sebagai peran ekonomi, peran sosial, dan yang terakhir yaitu adalah peran kebudayaan. Ketika peran tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Peranan Ekonomi

a) Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dan Pemerintah

Pembelanjaan serta biaya yang dikeluarkan oleh para wisatawan selama melakukan perjalanan serta biaya hidup yang sudah dikeluarkan seperti untuk penginapan, makan, minum, belanja oleh-oleh, transportasi dan lain sebagainya sebagai pendapatan masyarakat dan pemerintah. Selain itu juga, akan mendorong peningkatan serta pertumbuhan di berbagai sektor lain. Salah satu ciri khas dari pariwisata ialah sifatnya yang bergantung dengan bidang pembangunan sektor lainnya. Maka dari itu, berkembangnya sektor pariwisata akan mendorong bidang pembangunan lainnya juga ikut berkembang.

b) Pengembangan Pariwisata Memberikan Dampak Positif Terhadap Peluang Usaha dan Kerja

Peluang usaha dan kerja muncul karena adanya permintaan dari wisatawan. Kedatangan wisatawan ke daerah wisata pun akan membuka kesempatan untuk masyarakat menjadi pengusaha hotel, wisma, rumah makan, warung, kafe, bar, dan lain-lain. Peluang usaha tersebut akan memberikan pekerjaan kepada masyarakat di daerah tersebut sekaligus menambah pendapatan untuk memenuhi kebutuhannya.

2) Peranan Kebudayaan

a) Mendorong Wisatawan Untuk Melestarikan Budaya dan Peninggalan Sejarah

Kekayaan yang beraneka ragam seperti adat istiadat, kesenian, serta peninggalan sejarah yang ada di Indonesia, selain menjadi daya tarik wisata pun juga menjadi bahan untuk mengembangkan sektor pariwisata. Maka dari itu perlu adanya pemeliharaan, pelestarian, maupun pengembangan agar modal utama tersebut tidak rusak atau penuh.

b) Mendorong Untuk Memelihara Lingkungan Hidup

Beraneka ragam jenis hewan, tumbuhan laut, taman laut, lembah, pantai, danau, dan sebagainya, merupakan

daya tarik wisata. Daya tarik tersebut harus terus menerus dirawat dan dilestarikan, karena dapat dijadikan sebagai aset bangsa untuk mengembangkan sektor pariwisata.

c) Wisatawan Selalu Ingin Menikmati Segala Sesuatu yang Asli dan Memiliki Keunikan Tersendiri

Hal ini akan membuat masyarakat sadar untuk memiliki rasa mempunyai dan mau memelihara keaslian serta keunikan untuk dipertunjukkan kepada para wisatawan.

3) Peranan Sosial

a) Semakin Luasnya Lapangan Pekerjaan

Fasilitas-fasilitas seperti hotel, rumah makan, kafe, bar, dan biro perjalanan merupakan usaha-usaha yang membutuhkan tenaga kerja yang banyak. Menjalankan usaha-usaha tersebut dibutuhkan pegawai atau tenaga kerja yang banyak sehingga akan menciptakan lapangan pekerjaan. Penyerapan tenaga kerja yang menonjol di Indonesia adalah bidang perhotelan, tour guide dan juga instansi pemerintah yang membutuhkan tenaga kerja terampil. Selain itu juga pariwisata juga menyerap tenaga kerja di bidang konstruksi dan jalan.

5. Travel Cost Method (TCM)

TCM (*Travel Cost Method*) merupakan metode yang tertua dalam pengukuran nilai ekonomi tidak langsung. TCM diturunkan dari pemikiran seorang peneliti bernama Hotelling (1931), yang kemudian secara resmi diperkenalkan oleh Wood & Trice (1958) serta Clawson & Knetsch (1966). Umumnya digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap *outdoor recreation*. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen maka dapat dihitung berapa nilai (value) yang diberikan konsumen kepada sumber daya lingkungan. TCM dapat digunakan untuk mengukur manfaat & biaya akibat perubahan biaya akses suatu tempat rekreasi, penambahan tempat rekreasi baru, perubahan kualitas lingkungan tempat rekreasi dan penutupan tempat rekreasi yang ada. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat rekreasi, misalnya untuk menyalurkan suatu hobi seseorang yang akan mengorbankan biaya dalam bentuk waktu dan uang untuk mendatangi tempat rekreasi tersebut. TCM digunakan untuk estimasi nilai guna/manfaat ekonomi yang berhubungan dengan ekosistem atau lokasi-lokasi yang dimanfaatkan untuk rekreasi.

Metode travel cost ini sering digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) (Fauzi, 2010). Travel cost method (TCM) juga digunakan untuk memperkirakan nilai yang berhubungan dengan ekosistem, taman,

museum, danau, kebun binatang dan pantai yang digunakan untuk liburan. TCM dapat dipakai untuk estimasi manfaat atau biaya ekonomi yang dihasilkan dari:

- a. Perubahan biaya akses untuk suatu lokasi wisata
- b. Estimasi lokasi wisata yang ada
- c. Penambahan lokasi wisata baru
- d. Perubahan kualitas lingkungan pada suatu lokasi wisata.

TCM dipilih untuk valuasi ini berdasarkan dua alasan utama :

1. Lokasi sangat bernilai bagi orang-orang sebagai lokasi wisata.
2. Anggaran biaya proyek untuk melindungi lokasi ini relative murah. Sehingga penggunaan metode yang relative murah seperti TCM menjadi sangat menarik.

Ada beberapa cara untuk mendekati permasalahan, dengan menggunakan variasi TCM, variasi ini adalah :

- a. Pendekatan *Zonal Travel Cost* sederhana, dengan memaksimalkan penggunaan data sekunder dengan sedikit data primer sederhana yang ditampilkan dari para pengunjung

- b. Pendekatan Individual Travel Cost, dengan menggunakan survey yang lebih detail pada para pengunjung
- c. Pendekatan Utilitas Random, menggunakan data survei dan data lainnya dan teknik-teknik statistik yang lebih rumit.

Tujuan Travel Cost Method yang pertama yaitu untuk mengetahui nilai kegunaan (Use Value) dari sumber daya melalui proxy. Kedua, biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi jasa dari sumber daya digunakan sebagai proxy untuk menentukan harga dari sumberdaya tersebut.

Teknik TCM ada 2 yaitu :

a. *Zonal Travel Cost Method (ZTCM)*

Digunakan untuk mengestimasi TCM berdasarkan data yang berhubungan dengan zona asal pengunjung (pengelompokan zona asal).

Persamaan ZTCM:

$$V_{hj}/N_h = f(P_{hj}, SOC_h, SUB_h)$$

Dimana:

V_{hj}/N_h = tingkat partisipasi zona h (kunjungan perkapita ke lokasi (wisata) j)

P_{hj} = biaya perjalanan dari zona h ke lokasi j

SOC_h = vector dari karakteristik sosial ekonomi zona h

SUB_h = vector dari karakteristik lokasi rekreasi substitusi untuk individu di zona h

b. *Individual Travel Cost Method (ITCM)*

Digunakan untuk mengestimasi CVM berdasarkan data survei dari setiap individu (pengunjung), bukan berdasarkan pengelompokan zona (ITCM lebih sering digunakan). Lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei & teknik statistika. Kelebihannya adalah hasil yang relatif lebih akurat daripada metoda zonasi. Hipotesis yang ditulis digunakan untuk kunjungan ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan (diasumsikan berkorelasi negatif), sehingga diperoleh kurva permintaan yang memiliki kemiringan negatif. Secara sederhana fungsi permintaan di atas dapat ditulis sebagai berikut :

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, I_{ij}, J_{ij}, G_{ij}, P_{ij}, U_{ij}, F_i)$$

Keterangan :

V_{ij} = jumlah kunjungan oleh individu i ke objek wisata j ,

C_{ij} = biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi objek wisata j ,

T_{ij} = jarak tempuh yang ditempuh oleh individu i untuk berkunjung ke objek wisata j ,

I_{ij} = pendapatan rata-rata individu i yang berkunjung ke objek wisata j ,

J_{ij} = pekerjaan individu yang berkunjung ke objek wisata j ,

G_{ij} = jenis kelamin individu yang berkunjung ke objek wisata j ,

P_{ij} = pendidikan individu i yang berkunjung ke obyek wisata j .

U_{ij} = usia individu i yang berkunjung ke obyek wisata j ,

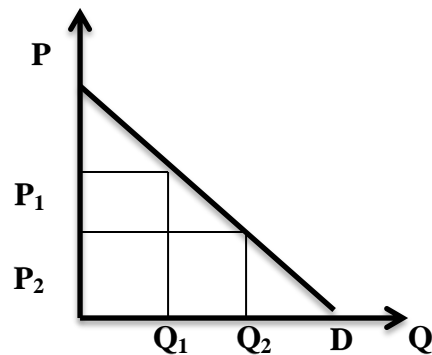
F_i = fasilitas yang diperoleh individu i

6. Teori Permintaan

Yoeti (2008) menyebutkan bahwa permintaan adalah suatu barang atau produk yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli oleh konsumen dengan tingkat harga tertentu dalam periode waktu tertentu. Bila harga suatu barang atau jasa naik, akan memberikan efek terhadap permintaan. Atau dalam ilmu ekonomi disebut dengan hukum permintaan.

Hukum permintaan menurut Sukirno (2000) adalah hubungan antara permintaan suatu barang dengan harganya.

Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa atas barang tersebut dan semakin tinggi harga barang tersebut, maka permintaan atas barang tersebut semakin sedikit. Sifat hubungan antara harga suatu barang dengan kuantitas barang tersebut digambarkan dalam kurva permintaan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kurva Permintaan

Seperti yang terlihat pada gambar 2.1 diatas, kurva permintaan (D) terbentuk dari kombinasi harga (P) dan jumlah barang yang diminta (Q), ketika harga P_1 dengan jumlah barang yang diminta sebesar Q_1 . Kemudian harga akan berubah atau naik menjadi sebesar P_2 maka Q akan berubah atau turun menjadi Q_2 . Hal tersebut sesuai dengan hukum permintaan, P dan Q memiliki hubungan yang berlawanan. Kurva permintaan D memiliki slope yang negatif hal itu menunjukkan bahwa konsumen bersedia untuk membeli lebih banyak pada harga yang relatif lebih murah (Pindyck dan Daniel, 2005)

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Topik penelitian yaitu tentang Valuasi Ekonomi Objek Wisata. Dimana wisata merupakan sesuatu hal yang menjadi daya tarik bagi siapapun. Tak terlepas dari hal-hal yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitarnya

No	Penulis (th)	Judul	Data/variabel	Metode	Hasil penelitian
1.	Amalia Nur Latifah (2017)	Valuasi Ekonomi Candi Borobudur Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method (Studi Kasus: Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara)	Variabel dependen : Frekuensi kunjungan Variabel independen : biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, usia, dummy hiburan, dummy fasilitas.	TCM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor biaya perjalanan, pendapatan, dan usia pengunjung mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Nilai surplus konsumen dari pengunjung wisatawan nusantara sebesar Rp 2.550.383, sedangkan

					<p>dari pengunjung wisatawan mancanegara sebesar Rp 28.813.540. Nilai ekonomi Candi Borobudur dari wisatawan nusantara sebesar Rp 9.224.161.757.000, sedangkan dari wisatawan mancanegara sebesar Rp 7.956.599.749.000</p>
2.	Bandara dan Tisdell (2002)	“Willingness to Pay for Conservation of the Asian Elephant in Sri Lanka: A Contingent Valuation Study”	Variabel : willingness to pay, usia, dummy kesadaran responden tentang isu terkini tentang konservasi gajah, dummy perhatian responden mengenai konservasi gajah,	Metode : analisis travel cost method	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, dari 300 orang yang disurvei, sebanyak 88,7 persen (266 orang) memberikan respon positif terhadap pertanyaan yang ditanyakan mengenai

			<p>dummy perhatian responden terhadap kebutuhan generasi dimasa depan, jenis kelamin, dummy mengenai pendapat responden tentang pro konservasi, dummy apakah responden dari anggota masyarakat lingkungan, dummy pendapat responden mengenai non use value gajah, pendapatan responden per bulan, dummy pendapat responden mengenai kegiatan pembangunan, dummy pekerjaan, dummy posisi</p>	<p>kemauan membayar untuk peningkatan konservasi gajah. Hasil dari regresi logit menunjukkan sebagian besar koefisien yang digunakan memberikan respon positif terhadap probabilitas pengunjung untuk mengatakan “ya” pada pertanyaan yang ditanyakan mengenai peningkatan konservasi gajah. Dummy kesadaran responden tentang isu terkini dalam konservasi gajah. Sedangkan variabel sosial</p>
--	--	--	---	--

			responden sebagai kepala keluarga, dummy responden sudah pernah mengunjungi taman nasional untuk melihat satwa liar atau gajah dan lama pendidikan		ekonomi, seperti lama pendidikan responden, memberikan pengaruh positif dan signifikan untuk mengatani “ya” dalam upaya peningkatan konservasi gajah. Variabel usia memberikan pengaruh negatif dan signifikan, hal itu menunjukkan semakin dewasa usia responden akan mengurangi peningkatan konservasi gajah.
3.	Puguh Setyo Nugroho (2010)	Valuasi ekonomi wisata Pantai Glagah dengan pendekatan biaya perjalanan	Variabel dependen : jumlah kunjungan Variabel independen : penghasilan, pendidikan, biaya perjalanan,	Metode analisis biaya perjalanan (Travel cost), analisis regresi dan analisis	Penelitian ini menggunakan metode analisis biaya perjalanan (<i>Travel cost</i>), analisis regresi dan analisis trend. Model

		(Travel Cost) di Desa Glagah Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo	jarak, dan waktu	trend	empirik yang dipilih adalah bentuk regresi linier menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS). Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 300 orang yang diambil dari pengunjung wisata Pantai Glagah. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan cara probability sampling. Dari hasil analisis data diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan, rata-rata pendapatan pengunjung adalah Rp. 1.261.183,3,
--	--	--	------------------	-------	--

					<p>dengan tingkatan umur rata-rata pengunjung berumur produktif antara 31-50 tahun. Surplus Konsumen Pantai Glagah sebesar Rp 123.111.763, 2 dan total WTP sebesar Rp.459,275/ pengunjung. Kelima variabel bebas yang digunakan yakni biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, jarak, usia signifikan pada level signifikansi 5%. Trend jumlah kunjungan cenderung naik dengan rata-rata kunjungan per tahun sebanyak</p>
--	--	--	--	--	--

					16.055 orang.
4.	Yuyun Wahyuni, Eka Intan Kumala Putri dan Sahat MH Simanjuntak (2014)	Valuasi total ekonomi hutan mangrove di kawasan delta mahakam Kabupaten kutai kartanegara kalimantan timur	Variabel dependen : biaya perjalanan Variabel independen : umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, jumlah tanggungan, pendapatan	Analisis deskriptif, analisis kuantitatif, analisis WTP dan CVM	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat empat tipe hutan mangrove yang dominan pada kawasan tersebut yaitu bakau (<i>Rhizophora spp</i>), api-api (<i>Avicennia spp</i>), pedada (<i>Sonneratia spp</i>) dan nipah (<i>Nypa fructicans</i>), dan mengalami penurunan fungsi (penahan abrasi, lapang pekerjaan, dan tempat tinggal) akibat berkurangnya luasan hutan mangrove. Hasil ini didukung dengan perhitungan nilai ekonomi total pada

					<p>tahun 2012 sebesar Rp503.071.398.869,2. Faktor faktor yang memengaruhi manfaat ekonomi hutan mangrove agar tetap lestari pada nilai rekreasi yaitu biaya perjalanan, umur, pekerjaan mahasiswa, dan jumlah tanggungan, sedangkan faktor yang memengaruhi keberadaan hutan mangrove yaitu pekerjaan (swasta dan mahasiswa) dan pendapatan, sementara faktor yang berpengaruh terhadap kelestarian bekantan yaitu</p>
--	--	--	--	--	--

					pendapatan, asal dalam daerah dan luar daerah.
5.	Sulistya Rini Pratiwi (2016)	Economic valuation of amal beach tourism: Travel cost method (tcm) application	Biaya perjalanan ke Amal Beach, biaya perjalanan ke lokasi lain, pendapatan, pendidikan, usia, waktu kerja dan waktu luang	ITCM	Individu nilai ekonomi dihitung menggunakan Metode Biaya Perjalanan (TCM), model ini menggambarkan jumlah kunjungan dan merupakan fungsi dari biaya perjalanan, waktu diperlukan untuk perjalanan, tempat dan penggantian pendapatan. Jumlah kunjungan ke Amal Pantai dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh biaya total kunjungan ke tempat-

					<p>tempat selain penggantian Amal Beach, pendidikan pengunjung, waktu luang dan waktu kerja pengunjung. Biaya perjalanan rata-rata adalah Rp.108.100, - dan pendapatan rata-rata adalah Rp.2.388.500, -, jumlah pengunjung pada tahun lalu yang pada tahun 2013 jumlah kunjungan dari 64.560 pengunjung. Untuk mendapatkan nilai ekonomi Pantai Amal dihitung dengan total belanja pengunjung adalah Rp.774.720.000, -.</p>
6.	Arif	Economic	Variabel	TCM and	Penelitian ini

	Rahman Hakim, Sri Subanti, Mangara Tambunan	Valuation of Nature-Based Tourism Object in Rawapening , Indonesia: An Application of Travel Cost and Contingent Valuation Method	dependen adalah jumlah kunjungan yang dilakukan individu atau responden Variabel independen seperti biaya perjalanan, pengalaman yang dikunjungi, karakteristik sosioekonomi , dan preferensi responden	CVM	menemukan faktor-faktor signifikan penentu probabilitas individu untuk bersedia membayar nilai nominal tertentu untuk peningkatan kualitas lingkungan adalah jumlah nominal tawaran, pendapatan, dan pendidikan. Kemudian, determinan dari jumlah kunjungan adalah pengalaman untuk dikunjungi, biaya perjalanan, pendapatan, usia, dan persepsi. Nilai ekonomi ekowisata diperkirakan mencapai Rp 7,41 miliar
--	---	---	---	-----	--

					<p>untuk surplus konsumen dan Rp 1,65 miliar untuk total manfaat per tahun. Ini menyiratkan bahwa nilai ekonomi yang signifikan dari pariwisata berbasis alam akan hilang dari pembangunan berskala besar dengan merendahkan lingkungan alam.</p>
7.	<p>M. Pirikiya, H. Amirnejad, J. Oladi1, K. Ataie Solout</p>	<p>Determining the recreational value of forest park by travel cost method and defining its effective factors</p>	<p>Variabel dependen : jumlah kunjungan Variabel independen : Umur, Pendidikan, Jumlah anggota keluarga, Penghasilan keluarga, Jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu</p>	<p>ZTCM dan ITCM</p>	<p>Temuan juga menunjukkan bahwa variabel yang terlibat, biaya perjalanan, pendapatan dan jarak pengunjung secara statistik signifikan pada tingkat 1% dan keluarga dan pendidikan signifikan pada tingkat</p>

			dalam setahun, Jarak		5%. Hasilnya mengungkap kan bahwa taman hutan memiliki nilai rekreasi yang cukup, yang dari sudut pandang ini, dapat membantu pemrogram dan eksekutif, manajer sosial dan ekonomi dalam perencanaan pelestarian dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan .
8.	Muryani (2016)	An Economic Valuation of Ecotourism Using Travel Cost Method Approach	Total biaya perjalanan (C), total biaya perjalanan ke lokasi alternatif (situs pengganti) (S), penghasilan (M), usia (U), dan	Metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif	Penelitian ini menggunakan aplikasi ekonomi lingkungan penilaian menggunakan Metode Biaya Perjalanan (TCM) di ekowisata Bakau

			pendidikan (P),		Wonorejo, Surabaya, Jawa Timur. Least Biasa Regresi Square digunakan untuk memeriksa faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan dan memperkirakan ekonomi nilai Mangrove Wonorejo. Selanjutnya, penelitian ini memilih satu situs dengan menggunakan model utilitas acak (RUM), sementara situs tunggal dapat menggunakan dua teknik, yaitu, individu dan zonal (Preez dan Hosking, 2010: 2). Dua pendekatan TCM yang
--	--	--	-----------------	--	---

					<p>paling umum digunakan adalah Zonal Cost Travel Method- ZCTM dan metode biaya perjalanan individu ITCM (Bowker et al., 1996: 424). ZTCM adalah pendekatan yang pertama kali dikembangkan oleh Clawson dan lebih sering digunakan dari ITCM, yang dipilih dalam penelitian ini. Pada dasarnya, penelitian membuktikan bahwa mangrove Wonorejo sebagai objek ekowisata, yang memiliki nilai ekonomi tinggi,</p>
--	--	--	--	--	---

					sehingga layak untuk melestarikan dan mengembangkannya.
9.	Firman Zulpikar, Leo Alexander Tambunan, Siti Rahmi Utami, Warsono El Kiyat (2018)	Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method (Case Study: Untung Jawa Island, Indonesia)	Biaya perjalanan (termasuk transportasi, konsumsi, tiket, parkir, dan biaya lainnya), pendapatan bulanan rata-rata, jarak ke lokasi, usia pengunjung, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan durasi kunjungan.	ITCM	<i>Individual Travel Cost Method</i> (ITCM) dipilih untuk menganalisa tingkat permintaan pariwisata di Untung Jawa. Sampel diambil dari tiga kunjungan musim yang berbeda yaitu hari kerja, akhir pekan, dan hari libur nasional. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat permintaan wisatawan Pulau Untung Jawa adalah biaya perjalanan,

					<p>pendapatan, dan jarak ke lokasi. Nilai ekonomi potensial wisata bahari Pulau Untung Jawa adalah Rp68.505.101.600 dengan surplus konsumen Rp397.592 per perjalanan perorangan. Nilai ini lebih tinggi dari rata-rata pengeluaran pengunjung aktual yang mencapai Rp 296.860 per perjalanan perorangan. Kegiatan pariwisata memiliki dampak positif pada kondisi ekonomi masyarakat setempat. Hasil penelitian ini telah memberikan informasi</p>
--	--	--	--	--	--

					yang berguna untuk pengelolaan sumber daya laut yang berkelanjutan .
10.	Firman Zulpikar, Dandy E. Prasetyo, Titis Virgininda Shelvatis, Kinta Karissa Komara, Monica Pramudawardhani	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran	Variabel dependen : tingkat kunjungan Variabel independen : biaya total perjalanan, jarak tempuh, tingkat pendapatan, lama kunjungan, tingkat pendidikan, usia, jumlah anggota	TCM dan ITCM	Penelitian ini bertujuan menentukan nilai ekonomi wisata berbasis jasa lingkungan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung ke Pantai Baru Karas. Metode Biaya Perjalanan Individu (<i>Individual Travel Cost Method</i>) dipilih untuk mengestimasi potensi ekonomi aktivitas wisata di Pantai Batu Karas, sedangkan

					<p>faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung ditentukan dengan analisis regresi linear. Data diperoleh melalui kuesioner kepada para pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan variabel biaya perjalanan, jarak tempuh dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Karas. Model permintaan wisata ke Pantai Baru Karas berdasarkan biaya perjalanan yaitu $Y =$</p>
--	--	--	--	--	---

					1.766 – 0.000001887 X1 ketika Y adalah tingkat kunjungan dan X1 adalah biaya perjalanan. Potensi ekonomi ekowisata di Pantai Batu Karas mencapai Rp 86,571,960,8 74.00 per tahun dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp 566,183.00
11.	Rifki Khoirudina, Uswatun Khasanaha (2017)	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta Economic Valuation of Parangtritis Beach, Bantul Yogyakarta	Variabel dependen : jumlah kunjungan Variabel independen : biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dummy kualitas, dummy subtitusi	Metode analisis deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel total biaya, tingkat pendapatan, usia, dan tingkat pendidikan memengaruhi jumlah kunjungan ke Pantai Parangtritis. Sementara itu valuasi ekonomi

					Pantai Parangtritis adalah sebesar Rp14.605.101.491.
--	--	--	--	--	--

C. Hipotesis

Untuk mempermudah proses analisis, maka dianjurkan untuk membuat susunan hipotesis dalam rancangan penelitian (Juanda, 2007). Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Diduga variabel biaya perjalanan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.
2. Diduga variabel tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.
3. Diduga variabel pekerjaan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.
4. Diduga variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.
5. Diduga variabel jenis kelamin berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.
6. Diduga variabel jarak tempuh berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.
7. Diduga variabel usia berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.

8. Diduga variabel pendidikan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Hutan Pinus Kragilan Magelang.

D. Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan kegiatan penelitian yang akan dilakukan serta untuk memperjelas akar pemikiran dalam penelitian ini, berikut gambar kerangka penelitian tersebut.

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

