

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Secara luas pariwisata dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan berkunjung ke suatu tempat wisata dalam waktu sementara yang bisa dilakukan secara individu, bersama keluarga atau bersama teman, yang bertujuan untuk memenuhi keinginan bertamasya atau sekedar berekreasi sehingga dapat menghilangkan rasa lelah dari kegiatan-kegiatan selama bekerja atau sekolah. UU RI No. 10 Th. 2009 mengartikan wisata sebagai suatu kegiatan melakukan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan cara mengunjungi suatu tempat tertentu dengan tujuan untuk rekreasi, pengembangan pribadi dan mempelajari keunikan dari suatu daya tarik tempat wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara (Prenada, *et al.*, 2017).

Menurut Lestari (2017), pariwisata merupakan salah satu sumber yang bisa menjadi tambahan untuk devisa negara selain didapat dari sektor migasnya yang sangat potensial dan memiliki andil yang cukup besar dalam membangun suatu perekonomian. Menurut Sihite (dalam Septika dan Sunarti, 2018) menjelaskan bahwa Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan dalam jangka waktu

sementara meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud hanya untuk bertamasya dan rekreasi bukan untuk mencari nafkah.

Kegiatan rekreasi adalah suatu kegiatan aktivitas manusia yang dapat meningkatkan kesejahteraan pengunjung. Setelah peningkatan populasi, pendapatan dan mobilitas, permintaan untuk rekreasi telah meningkat di berbagai negara berkembang. Dalam teori Clawson mengungkapkan bahwa dalam menempatkan nilai yang tepat dan dapat diterima sebuah tempat rekreasi maka akan sangat berharga dalam pengelolaan sumber daya dan perlu adanya penempatan pada nilai-nilai yang mencerminkan biaya sosial yang sebenarnya dan manfaat dari sebuah kegiatan rekreasi (Etensa *et al.* , 2016).

Pariwisata adalah sebuah cabang ekonomi dunia yang paling dinamis, dan merupakan pendorong utama dalam pembangunan ekonomi (Popescu, 2017). Pariwisata telah diakui secara luas sebagai penghasil pendapatan yang penting dan sebagai penyumbang utama bagi pembangunan ekonomi regional dan nasional (G. Botzoris *et al.*, 2014). Pariwisata merupakan kontribusi yang penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan, suatu kepentingan atau keterlibatan dalam mewujudkan pariwisata sebagai faktor yang aktif dari sebuah pembangunan berkelanjutan adalah bekerja sama dengan industri lain dalam kualitas sumber daya dasar dan kelangsungan hidup (Hontus, 2014).

2. Jenis-Jenis Pariwisata

Disetiap daerah pasti memiliki potensi wisata yang berbeda-beda tentunya yang sesuai dengan keadaan suatu daerah tersebut. Sebab terdapatnya jenis pariwisata dikarenakan adanya keinginan orang atau sebagai pelaku wisata yang berbeda, perencanaan dan pengembangan pariwisata yang berbeda. Seseorang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk rekreasi biasanya karena memiliki motivasi untuk menyegarkan pikiran dan untuk sekedar berjalan-jalan. Namun tidak sekedar untuk bersenang-senang saja, kegiatan wisata atau rekreasi dapat dilakukan karena memiliki keperluan bisnis menuju ke suatu daerah. Berikut beberapa jenis-jenis pariwisata menurut Spillane (1989) dalam Septika dan Sunarti (2018) :

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Merupakan suatu bentuk dari kegiatan pariwisata yang dilakukan orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, dan untuk relaksasi.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Merupakan suatu kegiatan pariwisata yang dilakukan untuk pemanfaatan dalam hari liburnya untuk beristirahat.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Merupakan kegiatan dari pariwisata yang ditandai dengan adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, dan untuk mempelajari adat-istiadat.

d. Pariwisata untuk olah raga (*Sport Tourism*)

Merupakan suatu jenis dari kegiatan pariwisata yang dilakukan untuk tujuan olahraga. Dalam jenis ini dibagi menjadi dua yakni : *Big Event* yang merupakan jenis pariwisata olahraga besar yang dapat menarik banyak minat para wisatawan dan kedua yaitu *sporting tourism of practitioner* yang berarti suatu kegiatan pariwisata yang dilakukan bagi orang yang ingin mempraktekkan diri sendiri.

e. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Merupakan kegiatan dari pariwisata yang dilakukan karena adanya simposium maupun sidang yang diadakan.

3. Unsur-unsur Pariwisata

Menurut Spillane (1991) dalam Priyatno (2014), mengatakan bahwa terdapat lima unsur yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata yaitu :

a. Daya Tarik (*Attractions*)

Daya tarik dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu *site attraction* dan *event attraction*. *Site attraction* adalah suatu daya tarik secara fisik permanen pada lokasi wisata yang menetap. Sedangkan untuk *event attraction* adalah suatu pertunjukan di objek wisata yang bersifat kontemporer dan tempatnya yang dapat berubah-ubah atau dapat dipindahkan secara mudah.

b. Fasilitas pendukung (*Facilities*)

Fasilitas merupakan salah satu unsur yang lebih mengarah pada daya tarik yang disuguhkan suatu objek wisata karena adanya fasilitas terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di lokasi tujuan wisata, seorang wisatawan akan memerlukan tempat untuk istirahat dan bisa makan dan minum dan beraktivitas lain. Oleh Karena itu fasilitas sangat dibutuhkan seperti halnya penginapan. Selain itu, ada kebutuhan akan *support industries* dengan adanya toko oleh-

oleh atau *souvenir, laundry, tour guide*, tempat untuk diadakannya festival, dan fasilitas rekreasi untuk menunjang adanya kegiatan wisata.

c. Infrastruktur (*Infrastructure*)

Meskipun adanya daya tarik dan fasilitas sudah dapat dikatakan sangat menunjang, namun apabila insfrastruktur untuk menuju lokasi tujuan wisata masih sulit atau tidak bagus, maka perkembangan pariwisata menjadi tidak akan berjalan dengan baik ataupun lancar. Semakin besar atau semakin baik infrastruktur pada suatu lokasi objek wisata maka akan semakin banyak pula pengunjung objek wisata atau wisatawan yang akan berkunjung, sehingga akan mudah dengan sendirinya mendorong adanya perkembangan infrastruktur menjadi lebih baik lagi. Infrastruktur yang termasuk seperti:

- a) Jaringan Komunikasi
- b) Fasilitas Kesehatan
- c) Sumber Listrik dan Energi
- d) Sistem Pembuangan Kotoran dan Air
- e) Jalan Raya atau Akses menuju lokasi wisata

d. Transportasi (*Transportations*)

Dalam dunia pariwisata, adanya kemajuan dan kemudahan pada transportasi sangatlah penting karena sangat menentukan adanya waktu yang dibutuhkan untuk menuju lokasi dan jarak yang akan ditempuh dalam perjalanan melakukan wisata baik dengan menggunakan transportasi darat, laut maupun udara. Lamanya perjalanan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata dari tempat tinggal menuju lokasi wisata dapat mempengaruhi pergerakan industri pada pariwisata.

e. Keramahtamahan (*Hospitality*)

Seseorang yang sedang melakukan kegiatan wisata akan berada pada situasi atau lingkungan yang berbeda dari tempat tinggalnya, maka sangat penting menjaga suatu keamanan bagi wisatawan lain dan kepada masyarakat sekitar lokasi wisata terlebih keamanan untuk wisatawan mancanegara yang memerlukan adanya gambaran mengenai tempat yang akan menjadi tujuan wisata. Situasi yang sekiranya kurang memungkinkan seperti makanan, air, atau perlindungan yang memungkinkan seseorang menjadi menghindar untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Maka perlu adanya kebutuhan dasar mengenai keamanan dan perlindungan dan

perlu adanya keuletan dan keramahtamahan pada sektor tenaga kerja pada lokasi objek wisata yang perlu adanya pertimbangan lebih lanjut supaya wisatawan akan merasa aman dan nyaman selama berada di lokasi wisata.

4. Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata sebagian besar diukur dari jumlah wisatawan yang berasal dari negara asal ke negara tujuannya, jumlah malam yang dihabiskan wisatawan di negara tujuan, atau pengeluaran oleh wisatawan dari negara asal di negara tujuan (Cankurt *et al.*, 2016). Volume arus wisatawan ditentukan oleh faktor-faktor permintaan pariwisata, dan tingkat wilayah secara teknis pada lokasi wisata tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa suatu daya tarik dalam berwisata sangat menentukan adanya permintaan pariwisata (Hontus, 2014). Kemudian dalam penelitian Popescu (2017), mengatakan bahwa sebagai sebuah konsep, permintaan pariwisata ditandai oleh jumlah orang yang berpergian untuk berbagai tujuan dan menggunakan fasilitas dan layanan wisata di lokasi yang berbeda jauh dari tempat tinggal atau bekerja.

Permintaan perjalanan atau pariwisata adalah salah satu dasar fundamental dari pembentukan pasar pariwisata dan manajemen permintaan pariwisata perjalanan dan perkiraan adalah hubungan yang sangat penting dalam perencanaan pariwisata (Zhou, 2015).

Permintaan pariwisata dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut (Rukmana, 2010) dalam (Nurjenika, 2013):

a. Pendapatan

Apabila tingkat pendapatan seseorang dapat terbilang tinggi maka tingkat kunjungan wisata ke suatu daerah akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya jika pendapatan seseorang rendah maka tingkat kunjungan wisata ke suatu daerah akan rendah.

b. Harga

Apabila harga pada suatu objek lokasi wisata tinggi maka permintaan wisata pun akan menjadi berkurang. Begitu pula sebaliknya, apabila harga pada suatu objek wisata rendah maka permintaan akan wisata akan meningkat. Hal tersebut dikarekan bahwa harga yang tinggi pada suatu tujuan wisata berbanding terbalik dengan permintaan wisata.

c. Sosial budaya

Apabila pada suatu daerah wisata memiliki suatu keunikan maka akan menjadi salah satu daya tarik yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan begitu sebaliknya.

d. Sosial politik

Jumlah pada permintaan pariwisata akan meningkat apabila pada suatu daerah wisata tersebut memiliki sosial

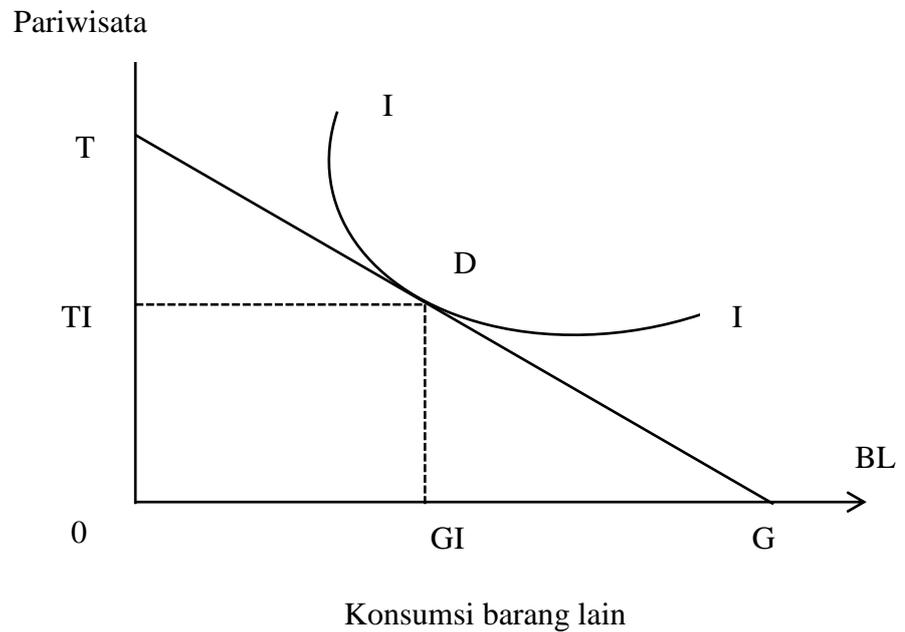
politik yang baik, baik dalam hal keamanan dan ketentraman atau kenyamanan, begitu pula sebaliknya jika kondisi sosial politik suatu daerah tujuan wisata kurang baik maka permintaan pariwisata menjadi berkurang bahkan menjadi rendah.

e. Harga barang substitusi

Barang substitusi diartikan sebagai daerah atau lokasi wisata pengganti dari lokasi tujuan wisata yang akan dijadikan alternatif kedua dalam kegiatan wisata.

f. Harga barang komplementer

Barang komplementer di sini diartikan sebagai suatu objek wisata yang saling melengkapi dengan objek wisata yang lain. Seseorang dapat mengalokasikan anggaran untuk kegiatan wisatanya dan digunakan untuk mengkonsumsi barang lain yang dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih pada setiap konsumen. Berikut kurva yang menunjukkan hubungan antara pariwisata dengan barang lain.



Gambar 2.1
Kurva Indiferen Tentang Hubungan Antara
Pariwisata dengan Barang Lain

Kurva tersebut menjelaskan bahwa kemungkinan kombinasi terjadi pada garis BL (*budget line*), yaitu garis yang menunjukkan tingkat kemiringan pada harga negatif dari barang dan jasa yang ditunjukkan pada garis TG. Maka dari tingkat kemiringan tersebut dapat diartikan bahwa seseorang akan mengalokasikan anggarannya untuk kegiatan pariwisata dan untuk mengonsumsi barang lain dengan memilih mana yang maksimal untuk dikonsumsi. Pada titik D menunjukkan di mana kurva indiferen bersinggungan dengan *budget line*, yang menghasilkan adanya tingkat pariwisata yang ditunjukkan pada garis OTI dan tingkat konsumsi dari barang lain yang

ditunjukkan pada garis OGI. Seseorang yang memutuskan untuk mengambil konsumsi pada pariwisata akan mengambil di sebelah kiri titik D, sedangkan untuk seseorang yang memilih untuk mengkonsumsi barang lain akan berada pada titik kurva indiferen yang bersinggungan dengan garis TG ke arah kanan titik D (Sinclair dan Satbler, 1997 dalam Nurjenika, 2013).

Adapun fungsi untuk permintaan pariwisata dapat dituliskan sebagai berikut:

$$D = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Di mana:

D : Permintaan Pariwisata

X_1, X_2, \dots, X_n : Variabel independen yang mempengaruhi permintaan

g. Intensi keluarga

Jumlah dari anggota keluarga yang banyak yang dapat meningkatkan jumlah pada permintaan pariwisata suatu daerah yang disebabkan karena keinginan pada setiap individu anggota keluarga.

5. *Travel Cost Method (TCM)*

Menurut Saptutyingsih dan Ningrum, 2017 mengartikan Biaya Perjalanan (*TC*) adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung objek wisata selama melakukan kegiatan wisata, biaya yang dikeluarkan meliputi biaya konsumsi, biaya transportasi, dokumentasi, akomodasi dan biaya lainnya yang dikeluarkan selama berada di kawasan objek wisata.

Biaya perjalanan dapat diartikan sebagai jumlah yang dikeluarkan oleh individu dan waktu yang digunakan untuk mencapai tujuan lokasi wisata untuk mengestimasi atau mengira-ngira besarnya nilai keuntungan dari upaya adanya perubahan kualitas lingkungan dari tempat wisata yang akan dikunjungi (Yakin, 2007 dalam Lestari, 2017). Biaya perjalanan adalah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi para wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata. Semakin tinggi suatu biaya perjalanan yang dikeluarkan maka akan mempengaruhi para wisatawan menjadi mengurungkan niatnya dalam waktu dekat. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah suatu biaya perjalanan yang dikeluarkan maka akan mempengaruhi wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata pada saat memiliki waktu luang.

Pendekatan biaya perjalanan merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk menaksir atau mengestimasi suatu nilai ekonomi pada jasa rekreasi. Kelebihan dalam metode ini adalah dalam

memperoleh data yang nyata dari biaya kunjungan yang dilakukan oleh seseorang untuk menikmati tempat rekreasi. Dengan demikian, nilai biaya perjalanan sebanding dengan apa yang didapat pada keadaan pasar yang sesungguhnya. (Ekwarso, dkk, 2010)

Metode biaya perjalanan dapat menghitung nilai ekonomi pada suatu kawasan wisata berdasarkan dari penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat sebagai pengunjung terhadap kenikmatan yang tidak ternilai dari biaya perjalanan yang telah dikeluarkan untuk menuju lokasi wisata, baik *opportunity cost* maupun biaya langsung yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, konsumsi makanan, minuman, dan hotel (Ward *et al.*, 2000 dalam Raharjo, 2002, dalam Samsudin *et al.*, 2013).

Metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) adalah metode penaksiran dalam kesediaan seseorang membayar (*willingness to pay*) dari individu untuk jasa-jasa lingkungan dan sumber daya. Menurut Suparmoko (2014) dalam Haban (2017), teknik TCM sering digunakan untuk menilai suatu lokasi objek wisata. Biaya perjalanan dapat meliputi biaya finansial dan waktu perjalanan, termasuk harga tiket masuk lokasi wisata dan lama tinggal di lokasi wisata, serta bersangkutan dengan besarnya pengeluaran selama di lokasi wisata sangat diperlukan untuk menghitung nilai ekonomi pada suatu objek wisata.

Menurut Shaw dan Rogers, 2005 dalam Thapa (2013) mengartikan Metode Biaya Perjalanan sebagai sebuah metode utama penilaian non-pasar yang memperkirakan preferensi terungkap dengan membandingkan biaya perjalanan pengunjung atau peserta ke situs atau acara (rekreasi) tertentu. Kemudian, menurut Garrod dan Willis (1999) mengatakan bahwa metode ini digunakan terutama untuk memperkirakan permintaan atau penilaian kurva marginal untuk situs rekreasi.

Metode biaya perjalanan, berguna untuk menentukan nilai suatu daerah seperti alam atau wisata yang menyediakan adanya berbagai hiburan untuk rekreasi, atau daerah yang seringkali menjadi sorotan untuk berwisata seperti melakukaku kegiatan piknik, tamasya atau darmawisata. Pengaruh secara langsung yang ditimbulkan adalah permintaan untuk berekreasi dama dengan permintaan untuk daerah alam atau wisata. Nilai ekonomi yang dihitung menggunakan metode biaya perjalanan seperti biaya transportasi pergi pulang dari tempat tinggal menuju lokasi wisata yang meliputi dokumentasi, konsumsi, parkir, dan biaya lainnya yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi untuk sekali kunjungan. Maka *travel cost* atau biaya perjalanan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$BPt = BTr + BDk + BKr + BP + BSv + BL)$$

Keterangan:

BPt = Biaya Perjalanan (Rp/orang/hari)

BTr = Biaya Transportasi (Rp/orang/hari)

BDk = Biaya Dokumentasi (Rp)

BKr = Biaya Konsumsi selama rekreasi (Rp/orang/hari)

BP = Biaya Parkir (Rp)

BSv = Biaya Souvenir (Rp)

BL = Biaya Lainnya (Rp)

Fauzi (2004) mengungkapkan bahwa Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) memiliki tujuan dasar yaitu untuk mengetahui nilai penggunaan (*use value*) dari sumber daya alam dengan menggunakan pendekatan proxy. Dengan kata lain, dalam penentuan sebuah harga dari sumber daya maka harus ada biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi jasa dari sumber daya alam yang digunakan sebagai proxy (Lestari, 2017). Secara umum, metode biaya perjalanan dibagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Pendekatan secara sederhana melalui zonasi (ZTCM)

Pendekatan ini merupakan tipe pendekatan yang terbilang murah dan mudah. Tujuan dari pendekatan secara zonasi ini dilakukan untuk mengukur nilai dari suatu barang atau jasa dalam rekreasi dari lokasi objek wisata secara keseluruhan. Pendekatan ZTCM ini digunakan dengan cara mengumpulkan informasi dari banyaknya jumlah kunjungan di lokasi objek wisata dari berbagai zona atau daerah. Maka, dalam hal ini biaya perjalanan dan waktu menjadi meningkat seiring dengan meningkatnya jarak, maka informasi yang diperoleh akan memungkinkan peneliti untuk memperhitungkan frekuensi kunjungannya di berbagai tingkat harga. Informasi yang telah diperoleh lalu digunakan untuk membangun fungsi dari permintaan dan dapat memperkirakan surplus konsumen, atau keuntungan dalam ekonomi untuk barang dan jasa dari suatu objek wisata.

Informasi yang diperoleh dari sampel para pengunjung wisata kemudian dapat dianalisis dan data yang dihasilkan dapat digunakan untuk regresi frekuensi kunjungan yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan variabel sosial ekonomi lain.

$$Q_i = f (TC, X_1, X_2, \dots X_n)$$

Keterangan:

Q_i = tingkat kunjungan (banyaknya pengunjung pada zona A tiap 1.000 penduduk)

TC_i = biaya perjalanan

X_n = variabel sosial ekonomi

- b. Pendekatan *Individual travel cost method* (ITCM) yang menggunakan data dari hasil survey terlebih dahulu secara detail.

Pendekatan ini serupa halnya dengan pendekatan zona, tetapi pada pendekatan ini menggunakan data dari para pengunjung objek wisata secara perorangan dalam analisis statistik, bukan dengan menggunakan data masing-masing daerah atau zona. Dalam pendekatan ITCM ini membutuhkan lebih banyak pengumpulan data dan analisis yang sedikit lebih rumit dari pendekatan secara zonasi, tetapi lebih memberikan hasil yang lebih tepat (Zandi dkk., 2018).

Fungsi linear digunakan untuk memperkiraan efek dari variabel penjelas termasuk variabel ekonomi dan sosial pada jumlah kunjungan untuk memperkirakan nilai wisata Museum Soeharto seperti di bawah ini:

$$V_i = f (TC_i, J_i, X_{1i}, \dots, X_{ni})$$

Keterangan:

V_i = jumlah kunjungan oleh individu ke situs rekreasi atau wisata per tahun.

TC_i = biaya perjalanan/kunjungan/individu. (biaya masuk, bahan bakar, makanan, waktu (biaya peluang), dan lain-lain).

J_i = Jarak tempuh yang ditempuh oleh individu menuju lokasi wisata.

X_{1i}, \dots, X_{ni} = variabel ekonomi dan sosial (pendapatan, tingkat pendidikan, usia, preferensi kunjungan, daya tarik, fasilitas dan kemudahan akses (Lansdell & Gangadharan, 2003 dalam Zandi, 2018).

Kelebihan dari ITCM dibandingkan dengan ZTCM antara lain (Priyatno, 2018):

- 1) Lebih hemat waktu dari segi statistik (proses perhitungan).
- 2) Teori dalam perumusan model permintaan dan perilaku konsumen lebih konsisten.

- 3) Menghindari adanya keterbatasan daerah atau zona.
- 4) Menambah adanya karakteristik dalam hal populasi pengunjung suatu zona, serta dapat menghapuskan adanya efek pengunjung dengan tingkat kunjungan rendah atau nol (*non-participant*).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Yuzuardi Haban dkk., (2017) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan dan nilai ekonomi Kebun Raya Bogor menggunakan analisis regresi linear berganda. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain, faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Kebun Raya Bogor seperti biaya perjalanan, pendapatan, umur, tingkat pendidikan, persepsi kualitas, substitusi objek wisata lain dan mengestimasi nilai ekonomi Kebun Raya Bogor dengan menggunakan metode biaya perjalanan. Penelitian ini mengambil sampel pengunjung yang datang ke Kebun Raya Bogor yang kemudian digunakan untuk mengestimasi fungsi permintaan akan lokasi tersebut. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa dari hasil variabel yang digunakan dalam penelitian terdapat lima variabel bebas yang terbukti sesuai dengan hipotesis dari enam variabel yang digunakan yaitu variabel biaya perjalanan (*travel cost*), substitusi tempat wisata sejenis berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor. Variabel pendapatan, tingkat pendidikan, dan kualitas terbukti berpengaruh positif terhadap jumlah

kunjungan ke Kebun Raya Bogor. Sedangkan variabel umur (*age*) memiliki hasil yang tidak terbukti berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor. Dalam penelitian variabel umur berpengaruh negatif karena hal tersebut menggambarkan bahwa semakin tua umur pengunjung maka jumlah kunjungan ke Kebun Raya Bogor semakin rendah. Diasumsikan berkurangnya jumlah pengunjung yang berusia tua dikarenakan untuk dapat menikmati keindahan alam di Kebun Raya Bogor pengunjung harus menempuhnya dengan cara berjalan kaki dari satu area ke area lainnya. Kemudian untuk tujuan selanjutnya dalam penelitian ini yaitu mengestimasi nilai ekonomi Kebun Raya Bogor yang mempertimbangkan berapa besar kesediaan membayar (*willingness to pay*) yang dibayarkan konsumen, didapatkan hasil bahwa nilai ekonomi Kebun Raya Bogor berada dalam interval Rp. 156.646.564.824 sampai Rp. 707.697.417.684 dengan surplus konsumen rata-rata Rp. 343.609 per individu per tahun atau Rp. 162.080 per individu per kunjungan.

Lestari (2017) melakukan penelitian tentang nilai ekonomi objek wisata Air Terjun Tanjung Belit di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar dengan menggunakan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seperti biaya perjalanan, pendapatan, dan Jarak. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai ekonomi lingkungan Air Terjun Tanjung Belit dengan pendekatan biaya perjalanan didapat sebesar Rp. 670.532.706,72/tahun. Dalam penelitian ini, dari ketiga faktor tersebut didapatkan hasil bahwa

variabel biaya perjalanan, variabel pendapatan dan variabel jarak ke objek wisata berhubungan secara negatif terhadap variabel jumlah kunjungan. Berdasarkan dari hasil uji secara simultan diketahui bahwa variabel biaya perjalanan, pendapatan dan jarak ke objek wisata berpengaruh terhadap jumlah kunjungan, namun secara parsial, dari ketiga variabel bebas yang digunakan hanya variabel jarak yang berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan. Nilai dari perhitungan nilai R^2 didapat hasil sebesar 0,596 yang artinya 59,6% jumlah kunjungan pada objek wisata Air Terjun Belit dipengaruhi oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dholym (2018), melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Umbul Ponggok, Klaten. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda dengan variabel bebas yang digunakan diantaranya variabel pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan daya tarik. Sampel yang digunakan yaitu para pengunjung objek wisata Umbul Ponggok sebanyak 100 orang. Berdasarkan dari analisa, dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata responden setuju bila Umbul Ponggok memiliki daya tarik yang baik. Berdasarkan dari hasil penelitian, didapatkan hasil bahwa variabel pendapatan dan daya tarik memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata di Umbul Ponggok. Kemudian untuk variabel biaya perjalanan dan lama perjalanan menuju objek wisata Umbul

Ponggok berpengaruh secara negatif terhadap jumlah kunjungan wisata ke Umbul Ponggok. Secara simultan variabel pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Umbul Ponggok.

Modjanggalo dkk., (2016), melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi jumlah pengunjung ke objek wisata Ekoisata Pantai Siuri di Kabupaten Poso. Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor selain motivasi yang mempengaruhi pengunjung ke lokasi objek wisata Pantai Siuri. Penelitian ini menggunakan variabel-variabel seperti umur, tingkat pendidikan, pendapatan pengunjung, fasilitas, layanan pengelola, promosi, jarak dan keamanan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang datang ke wisata Pantai Siuri. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa motivasi pengunjung untuk datang ke lokasi objek wisata Pantai Siuri diantaranya yaitu adanya motivasi prestasi, motivasi individu, dan motivasi fisik. Kemudian variabel seperti variabel umur, pendidikan, pendapatan, fasilitas, layanan pengelola, promosi, dan keamanan memiliki hubungan secara signifikan terhadap jumlah pengunjung, sedangkan untuk variabel jarak tidak memiliki hubungan secara signifikan terhadap jumlah pengunjung. Dari hasil yang didapat pada uji korelasi diperoleh variabel umur dengan jumlah pengunjung memiliki hubungan sangat rendah dengan nilai sebesar 0,040 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,781 >

0,05. Semakin tinggi tingkat umur pengunjung, maka semakin kecil bagi pengunjung yang berusia 50 tahun ke atas. Variabel pendidikan memiliki nilai korelasi sebesar 0,075 yang sama-sama memiliki hubungan yang sangat rendah antara variabel pendidikan dengan variabel jumlah pengunjung dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,604 > 0,05$. Variabel pendapatan sebesar 0,120 masih menunjukkan koefisien korelasi yang sangat rendah terhadap jumlah pengunjung dan nilai signifikan yang didapatkan nilai sebesar $0,406 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel fasilitas dengan nilai korelasi sebesar 0,072, dengan nilai signifikan sebesar 0,621. Variabel layanan pengelola memiliki nilai korelasi sebesar -0,127 maka dapat dikatakan memiliki hubungan yang sangat rendah dengan variabel jumlah pengunjung dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,381. Variabel promosi memiliki nilai korelasi sebesar -0,005 maka dapat dikatakan jauh sangat rendah hubungannya dengan jumlah pengunjung dengan nilai signifikan sebesar $0,974 > 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan memiliki hubungan secara signifikan terhadap jumlah pengunjung. Variabel jarak dengan nilai korelasi sebesar -0,305 dan nilai signifikan sebesar 0,031, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak maka dapat dikatakan variabel jarak tidak memiliki hubungan secara signifikan dengan variabel jumlah pengunjung. Variabel keamanan dengan nilai korelasi sebesar 0,176 yang artinya merupakan faktor paling penting untuk pengunjung yang datang berkunjung dan memiliki nilai signifikan sebesar

0,221 > 0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.3 di bawah ini:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Dependen / Independen	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Yuzuardi Haban, dkk. 2017	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan dan Nilai Ekonomi Kebun Raya Bogor	<u>Dependen:</u> Jumlah Kunjungan <u>Independen:</u> Biaya perjalanan, Pendapatan, Umur, Tingkat Pendidikan, Persepsi Kualitas, Substitusi objek wisata lain	Regresi Linear Berganda	- Biaya perjalanan dan variabel substitusi tempat wisata berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor. - Variabel pendapatan, tingkat pendidikan, <i>dummy</i> kualitas terbukti berpengaruh positif. - Variabel umur tidak terbukti berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke Kebun Raya Bogor karena bahwa

					semakin tua usia atau umur pengunjung maka jumlah kunjungan ke Kebun Raya Bogor semakin rendah.
2	Oktavia ni Fuji Lestari, 2017	Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belit di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan	<u>Dependen:</u> Jumlah Kunjungan <u>Independen:</u> Biaya perjalanan, Pendapatan, Jarak	Regresi Linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> - Nilai ekonomi lingkungan Air Terjun Tanjung Belit dengan pendekatan biaya prjalanan sebesar Rp. 670.532.706, 72,-/tahun. - Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan yaitu biaya perjalanan, pendapatan, dan jarak menuju objek wisata yang memiliki hubungan negatif terhadap variabel jumlah kunjungan yaitu sebesar $R^2 = 0,596$ (59,6%) sedangkan 40,4% dipengaruhi

					<p>oleh faktor-faktor lain.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap jumlah kunjungan. - Sedangkan secara parsial, hanya variabel jarak yang berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan.
3	Shadam Fat Dholym, 2018	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Objek Wisata Umbul Pongok, Desa Pongok, Polanharjo, Klaten	<p><u>Dependen:</u> Jumlah Kunjungan</p> <p><u>Independen:</u> Pendapatan, Biaya perjalanan, Lama Perjalanan, Fasilitas, Daya Tarik</p>	Regresi Linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> - Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,53. - Secara simultan menunjukkan pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata. - Secara parsial pendapatan,

					<p>biaya perjalanan, lama perjalanan, dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata.</p> <p>- Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata.</p>
4	Dian Maulana Ichsan, 2017	<p>Valuasi Ekonomi dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Objek wisata Pantai Muarareja, Kota Tegal: <i>Travel Cost Method</i></p>	<p><u>Dependen:</u> Jumlah Kunjungan <u>Independen:</u> Fasilitas, Jarak, Biaya perjalanan, Pendapatan, Pendidikan, Umur</p>	Regresi Linear Berganda	<p>- Fasilitas, biaya perjalanan, jarak tempuh, pendapatan, dan pendidikan masing-masing berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Pantai Muarareja.</p> <p>- Variabel usia yang tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Muarareja.</p>

					- Nilai Objek wisata Pantai Muarareja dengan pendekatan biaya perjalanan terbesar berasal dari Kabupaten Tegal yaitu sebesar Rp. 58.719.617,- /tahun per 1.000 penduduk.
5	Frits Modjandjono, dkk. 2015	Faktor-faktor yang mempengaruhi Jumlah Pengunjung ke Objek Ekowisata Pantai Siuri, Desa Toinasa, Kecamatan Pamona Barat, Kabupaten Poso	<u>Dependen:</u> Jumlah kunjungan <u>Independen:</u> Umur, Tingkat pendidikan, Pendapatan, Fasilitas, Layanan pengelola, Promosi, Jarak, Keamanan	Analisis Korelasi	- Umur, pendidikan, pendapatan, fasilitas, layanan pengelola, promosi, dan keamanan berhubungan secara signifikan terhadap jumlah pengunjung. - Jarak tidak berhubungan secara signifikan terhadap jumlah pengunjung.
6	Pramod Lamsal, et, al. 2016	<i>Tourism and Wetland Conservation: Application of Travel cost and Willingness to pay an Entry Fee at</i>	<u>Dependen:</u> Tingkat kunjungan <u>Independen:</u> Umur, Jenis kelamin, Jarak, Total Biaya perjalanan	Regresi Linear Berganda	- Biaya perjalanan per kapita ditemukan menjadi NPR 540 (US \$ 7,71). - Kemauan rata-rata

		<i>Ghodaghodi Lake Complex, Nepal</i>			<p>untuk membayar biaya masuk adalah NPR 34 (US \$ 0,48) per pengunjung per entri.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kunjungan lahan basah dan kesediaan membayar maksimum diidentifikasi - Implikasi kebijakan termasuk pembentukan sistem biaya masuk untuk mengimbangi keterbatasan anggaran konservasi, investasi pemerintah dalam tunjangan sosial yang setara dengan setidaknya biaya perjalanan per kapita yang teridentifikasi, dan kemitraan publik-swasta, dengan
--	--	---------------------------------------	--	--	---

					partisipasi masyarakat dalam promosi pariwisata dan konservasi lahan basah.
7	Ali, et, al. 2018	<i>Assesment of Non Consumptive Wildlife Oriented Tourism in sukau, Sabah using Travel Cost Method</i>	<u>Dependen:</u> Kunjungan <u>Independen:</u> Usia, Pendapatan, Biaya perjalanan, Biaya di tempat, Lama tinggal, tingkat kepuasan, Biaya waktu	Regresi Linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dalam kegiatan WRC; - Faktor yang signifikan adalah biaya perjalanan dan tingkat kepuasan terhadap pelayaran sungai satwa liar. Peningkatan biaya perjalanan akan mengurangi frekuensi kunjungan dalam setahun ke Sukau, Sabah. - Peningkatan tingkat kepuasan terhadap WRC akan menghasilkan peningkatan frekuensi kunjungan

					dalam setahun. Ini menandakan pentingnya menjaga kualitas Sukau sebagai situs NCWOT di negara tersebut.
8	Zandi, et, al. 2018	<i>An Economic Evaluation of Forest Park using the Individual Travel Cost Method (a Case Study of Ghaleh Rudkhan Forest Park in Northern Iran)</i>	<u>Dependen:</u> Jumlah Kunjungan <u>Independen:</u> Biaya perjalanan, Jarak, Pendidikan, Jumlah keluarga, Pendapatan	Regresi Linear	<ul style="list-style-type: none"> - Surplus konsumen setiap orang untuk kunjungan mereka adalah 21.500 Rials. - Nilai rekreasi tahunan taman adalah 78390595 Rial per ha. - Biaya perjalanan, pendapatan, jarak, ukuran keluarga dan usia pengunjung merupakan faktor efektif dalam penggunaan rekreasi taman. Hasil penelitian ini dapat meningkatkan kualitas jasa lingkungan Taman Hutan Ghaleh Rudkhan dan

					dapat memperluas berbagai layanan yang dapat mereka pasok berdasarkan permintaan masyarakat.
9	Mario du Preez, et, al. 2011	<i>The Value of the Trout Fishery at Rhodes, North Eastern Cape, South Africa: a Travel Cost Analysis using Count Data Models</i>	<u>Dependen:</u> Jumlah perjalanan <u>Independen:</u> Biaya perjalanan, waktu biaya, jenis kelamin, ras, umur, pendapatan	Regresi Linear	- Surplus konsumen per hari dan per perjalanan ke perikanan ikan Rhodes adalah ZAR2 668 (AS \$ 334) dan ZAR13.072 (US \$ 1634), masing-masing pada tahun 2007. - Total surplus konsumen yang dihasilkan adalah ZAR18.026.288 (US \$ 2 253.286).
10	Arjun K. Thapa, 2013	<i>Recreational Demand for Fewa Lake: An Application of Travel Cost Method</i>	<u>Dependen:</u> Jumlah Kunjungan <u>Independen:</u> Umur, Jenis kelamin, Status perkawinan, Lokasi, Pendapatan/bulan, pekerjaan	Regresi Linear Berganda	- Biaya perjalanan, pendapatan, usia, pendidikan dan lokasi sebagai penentu utama permintaan fasilitas rekreasi Danau Fewa. - Surplus

					<p>konsumen diperkirakan menjadi Rs. 18,5 per pengunjung Nepal per perjalanan.</p> <ul style="list-style-type: none">- Penyediaan biaya masuk bersama dengan peningkatan kualitas akan menarik lebih banyak pengunjung dan menghasilkan pendapatan untuk Danau ini.
--	--	--	--	--	---

C. Hipotesis Penelitian

1. Diduga adanya pengaruh secara negatif dan signifikan antara variabel biaya perjalanan (*travel cost*) menuju objek wisata Museum Soeharto terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
2. Diduga adanya pengaruh secara negatif dan signifikan antara variabel jarak menuju objek wisata Museum Soeharto terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
3. Diduga adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel pendapatan terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
4. Diduga adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel pendidikan terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
5. Diduga adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel usia terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
6. Diduga adanya pengaruh secara negatif dan signifikan antara variabel preferensi kunjungan terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
7. Diduga adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel daya tarik terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
8. Diduga adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.
9. Diduga adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel akses terhadap jumlah pengunjung wisata Museum Soeharto.

D. Model Penelitian

Berdasarkan dari landasan teori dan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan di atas, berbagai variabel yang dapat digunakan dalam pengukuran lokasi wisata secara ekonomi diantaranya variabel dalam sosial dan ekonomi yang memiliki pengaruh terhadap tempat wisata. Dalam penelitian ini maka penulis menggunakan variabel biaya perjalanan menuju lokasi wisata Museum Soeharto yang berupa harga tarif masuk, variabel jarak lokasi menuju lokasi wisata, variabel fasilitas, dan variabel kondisi jalan menuju lokasi wisata terhadap jumlah pengunjung objek wisata Museum Soeharto Yogyakarta, sehingga akan diperoleh sebuah fungsi permintaan pada gambar 2.2 terhadap wisata Museum Soeharto.

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

