

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

Menurut etimologi kata “**pariwisata**” diidentikkan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010).

menurut UU No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Pengertian tersebut meliputi: semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, perusahaan daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata berupa: usaha jasa, biro perjalanan, pramu wisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata.

Beberapa ahli mengemukakan pengertian pariwisata, antara lain:

1. Oka A . Yoeti (Irawan, 2010), menjelaskan bahwa kata pariwisata berasal dari bahasa *Sansekerta*, yaitu "...*pari* yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, keliling, dan *wisata* yang berarti perjalanan atau bepergian".
2. Guyer Freuler (Irawan, 2010), merumuskan pengertian pariwisata dengan memberikan batasan sebagai berikut : "...Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan *fenomena* dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan".

2. Jenis-jenis pariwisata

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata, menurut spillane (1987) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik pelanggan untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisatanya yang mungkin layak untuk bisa dikembangkan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)
Dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggal untuk

refresing liburan dari kepenatan dunia dan juga menikmati indahny alam, budaya, dan adat istiadat masyarakat sekitar.

- b. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*) dilakukan oleh orang yang berkeinginan di harihari libur untuk beristirahat untuk mengembalikan kesegaran jasmani rohani setelah melakukan kegiatan aktifitas
- c. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*) ditandai dengan adanya rangkaian motivasi keinginan untuk mempelajari pusat pusat pembelajaran dan riset tentang adat istiadat, budaya, sejarah dan cara hidup masyarakat sekitar.
- d. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*) tujuannya untu olahraga baik datang hanya menjadi penonton dalam olahraga atau menjadi olahragawan itu sendiri

3. Budaya dan warisan budaya

Kompleksitas dan kesulitan dalam menilai barang budaya berakar pada konsep budaya dan warisan budaya. Budaya adalah sesuatu yang kabur, sulit untuk didefinisikan dan bahkan lebih sulit untuk diukur (Papandrea, 1999).

Warisan budaya, menurut Davison dan Conville (1991:2) diartikan sebagai "produk atau hasil budaya fisik dari tradisi-tradisi yang berbeda dan prestasi-prestasi spiritual dalam bentuk nilai dari masa lalu yang menjadi elemen pokok dalam jati diri suatu kelompok atau bangsa". Dari gagasan ini, warisan budaya merupakan hasil budaya fisik (*tangible*) dan nilai

budaya (intangible) dari masa lalu. Dengan menggunakan definisi Throsby (1995), budaya dapat dilihat, dalam pendekatan yang luas, sebagai rangkaian tradisi, kebiasaan, praktik dan kepercayaan yang menjadi ciri kelompok atau masyarakat, atau, dalam perspektif yang lebih sempit, sebagai kelompok kegiatan yang didefinisikan sebagai seni dan diproduksi oleh industri budaya.

Definisi barang budaya dan gagasan warisan budaya juga tidak tepat, mengubah penilaian barang budaya dan barang menjadi tugas yang kompleks (Noonam, 2003), yang kompleksitasnya meningkat karena sifat non-pasar dari banyak sumber daya budaya. McLoughlin et al. (2007) memasukkan warisan budaya dalam definisi sektor budaya, bersama dengan industri budaya, perpustakaan dan arsip. Sejak konvensi pada tahun 1972, UNESCO menganggap monumen, kelompok bangunan dan tempat-tempat yang menarik dan mengandung peradaban yang relevan dan kepentingan budaya rentan digolongkan sebagai warisan budaya. Klammer dan Zuidohof (1999) mengklasifikasikan warisan budaya sebagai berwujud dan tidak berwujud (seni pertunjukan, bahasa, tradisi), termasuk dalam bekas warisan tak bergerak (monumen, pusat bersejarah, situs, lanskap budaya) dan warisan bergerak (lukisan, patung, objek, koleksi, media). Dalam pendekatan ekonomi, asumsi bahwa warisan budaya, (yaitu, barang dan fasilitas budaya) adalah barang publik dan menghasilkan efek limpahan telah disepakati bersama oleh penulis yang berbeda (Frey, 2003). Oleh karena itu, nilai ekonomisnya dihitung menggunakan teknik non-pasar.

Di antara warisan budaya yang nyata, museum patut mendapat perhatian khusus. Mereka sering menjadi daya tarik yang sangat penting bagi sebuah kota, wilayah atau negara, dengan kemampuan tinggi untuk menarik wisatawan (Frey, 1998), sehingga menghasilkan beragam efek limpahan atas kegiatan ekonomi lainnya yang khususnya terkait dengan pariwisata, catering, produk lokal, Dan seterusnya. Karena alasan ini, museum menjadi semakin penting, dengan sejumlah besar publikasi tentang Ekonomi Museum (Frey dan Meier, 2008), termasuk permintaan akan museum, yang dianalisis dalam makalah ini.

4. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*). Valuasi ekonomi penggunaan sumber daya alam hingga saat ini telah berkembang pesat. Di dalam konteks ilmu ekonomi sumber daya dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan sudah cukup banyak berkembang. Menurut Hufschmidt dalam Djijono (2000) secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei.

1) Pendekatan Orientasi Pasar

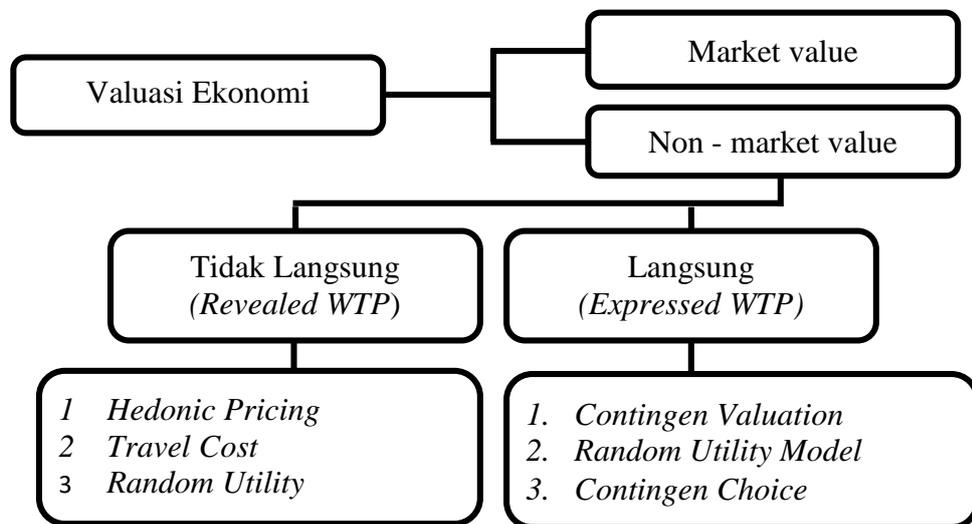
- a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang jasa
 - a) Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
 - b) Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*)
- b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:
 - a) Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - b) Biaya penggantian (*replacement cost methods*)
 - c) Proyek bayangan (*shadow project methods*)
 - d) Analisa keefektifan biaya
- c. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*):
 - a) Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - b) Pendekatan nilai kepemilikan
 - c) Pendekatan lain terhadap nilai tanah
 - d) Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - e) Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*)
 - f) Penerimaan kompensasi

2) Pendekatan Orientasi Survei

- a. Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*).
- b. Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept*).

Pada Gambar 2.1 dijelaskan bagan bagan valuasi ekonomi yang dimana secara umum, teknik valuasi sumberdaya yang tidak dapat dipasarkan dapat digolongkan ke dalam dua kelompok. Kelompok pertama

adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit dimana *Willingness To Pay* terungkap melalui model yang dikembangkan. Teknik ini sering disebut teknik yang mengandalkan revealed WTP (keinginan membayar yang terungkap). Sedangkan kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survey di mana WTP diperoleh langsung dari responden, yang langsung diungkapkan secara lisan maupun tertulis



Sumber : Fauzi (2010)

Gambar 2.1. Klasifikasi Valuasi Non-Market

5. *Travel Cost Method*

Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method / TCM*) beranjak pada asumsi dasar bahwa setiap individu baik aktual maupun potensial bersedia mengunjungi sebuah daerah untuk mendapatkan manfaat tertentu tanpa harus membayar biaya masuk (*no entry fee*). Namun demikian, walaupun asumsinya tidak ada biaya masuk, namun secara aktual ditemukan pengunjung yang berasal dari lokasi yang jauh dari objek yang dikunjungi untuk mendapatkan manfaat yang sama. Kondisi ini dalam teori ekonomi

dianggap sebagai representasi dari permintaan (demand) pengunjung (konsumen) terhadap manfaat tersebut.

Travel cost method (TCM) memiliki tiga pendekatan, yaitu:

4.1 *Zonal travel cost*, dapat dilakukan hanya dengan menggunakan datasekunder dan beberapa data sederhana yang dikumpulkan dari para pengunjung.

4.2 *Individual travel cost*, menggunakan sebuah survei yang lebih terperinci terhadap para pengunjung.

4.3 *Random utility*, menggunakan survey dan data-data pendukung lainnya, serta teknik statistika yang lebih rumit.

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut akan menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan efektifnya yang disertai dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih

rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko dan Maria, 2000).

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko dan Maria, 2000). Data tersebut kemudian digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dihitung.

Secara ringkas, TCM merupakan sebuah metode sederhana dalam mengestimasi keinginan membayar para pengunjung terhadap suatu situs rekreasi yang didasarkan pada kuantitas permintaan dengan perbedaan harga. Bagaimanapun, terdapat beberapa masalah yang harus diperhatikan sebelum menggunakan metode ini.

6. *Willingness To Pay (WTP)*

Menurut Munasinghe (1993) Konsep dasar dalam penilaian ekonomi yang mendasari semua teknik adalah kesediaan membayar dari individu untuk jasa-jasa lingkungan atau sumberdaya. Sehingga teknik penilaian manfaat tersebut, didasarkan pada kesediaan konsumen membayar perbaikan atau kesediaan menerima kompensasi dengan adanya

kemunduran kualitas lingkungan dalam sistem alami serta kualitas lingkungan sekitar (Hufschmidt et al., 1987). Pearce dan Moran dalam Djijiono (2002) menyatakan kesediaan membayar atau kesediaan menerima merefleksikan preferensi individu, kesediaan membayar dan kesediaan menerima adalah ‘bahan mentah’ dalam penilaian ekonomi. Sehingga *Willingness To Pay* menjadi salah satu dari berbagai macam teknik penilaian dapat digunakan untuk mengkuantifikasikan konsep dari nilai kesediaan membayar dari rumah tangga ke-i untuk perubahan dari kondisi lingkungan awal (Q0) menjadi kondisi lingkungan yang lebih baik (Q1) dapat disajikan dalam bentuk fungsi, yaitu:

$$WTP_i = f(Q1 - Q0, P_{own,i}, P_{sub,i}, S_i)$$

Keterangan :

Q0 = Kondisi lingkungan awal

Q1 = Kondisi lingkungan yang lebih baik

WTP_i = Kesediaan membayar dari rumah tangga ke-i

P_{own,i} = Harga dari penggunaan sumberdaya lingkungan

P_{sub,i} = Harga substitusi untuk penggunaan sumberdaya lingkungan

S_i = Karakteristik sosial ekonomi rumah tangga ke-i

7. Fungsi Permintaan

permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu. Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan

akan sesuatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi (Samsudin, dkk, 2012). Fungsi permintaan terhadap suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_y, M, S)$$

Keterangan :

D_x = Permintaan barang

P_x = Harga barang itu sendiri

P_y = Harga barang lain yang mempengaruhi

M = Pendapatan

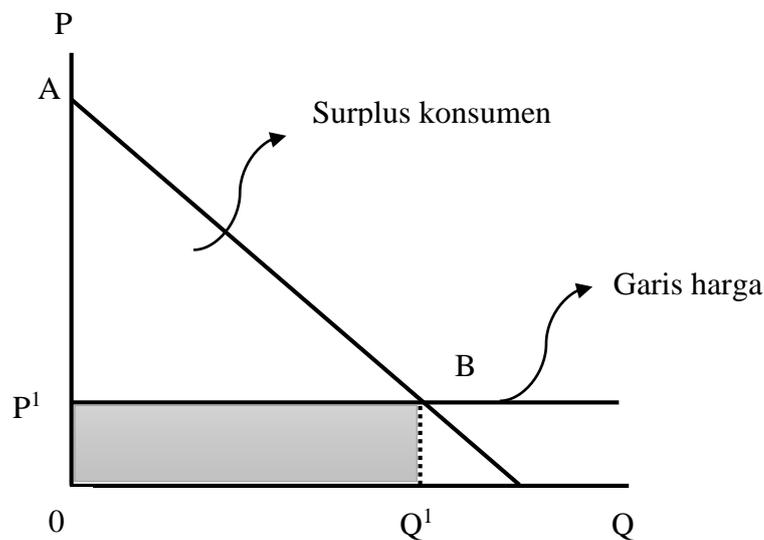
S = Selera

Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal-lain diasumsikan tetap. Sehingga semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta.

8. Surplus Konsumen

Surplus konsumen adalah nilai ekstra yang didapatkan konsumen diatas apa yang mereka bayar untuk suatu komunitas. Hukum utilitas marginal yang semakin menurun menyatakan bahwa, ketika jumlah suatu barang yang dikonsumsi meningkat, utilitas marginal dari barang tersebut cenderung berkurang. *Utilitas marginal* atau berarti tambahan menunjukkan utilitas tambahan yang diperoleh dari satu unit tambah konsumsi dari suatu komunitas (Samuelson dalam Pramudhito, 2010).

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar dari hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Surplus konsumen memberikan gambaran manfaat yang di peroleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkatan rendah. Pada pasar yang berfungsi baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit produk yang diperdagangkan. Secara sederhana, surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletakdi antara kurva permintaan dan garis harga (Djijono, 2002).



Sumber: Djijono (2002)

Gambar 2.2. Kurva Permintaan, Surplus Konsumen, dan WTP

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis "Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya

apabila harga turun jumlah barang meningkat." Sedangkan untuk teori permintaan dapat dinyatakan "Perbandingan lurus antara permintaan terhadap harganya yaitu apabila permintaan naik, maka harga relatif akan naik, sebaliknya bila permintaan turun, maka harga relatif akan turun."

Pada Gambar 2.2 dijelaskan Kurva permintaan mengukur jumlah yang dibayarkan seseorang atau konsumen untuk mendapatkan barang setiap unit yang ingin dikonsumsi. Dapat di lihat bagian kurva permintaan warna abu-abu ($OABQ^1$) menunjukkan total utilitas yang didapat dari suatu barang yang dikonsumsi atau dapat dikatakan bahwa bagian tersebut merupakan ukuran dari kesediaan konsumen membayar total barang yang dikonsumsi, karena jumlah tersebut merupakan penjumlahan dari nilai nilai Q dari 0 sampai Q^1 , dengan mengurangi biaya suatu barang bagi konsumen (OP^1Q^1B), sedangkan nilai surplus konsumen ditunjukkan pada bidang segitiga (P^1AB) nilai tersebut merupakan ukuran kemauan membayar di atas pengeluaran uang untuk konsumsi (Djijono, 2002).

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Fonseca Dan Rebelo (2010) tentang *Economic Valuation of Cultural Heritage: Application to a museum located in the Alto Douro Wine Region– World Heritage Site* menggunakan metode TCM dengan variabel jumlah kunjungan ke museum lain, tingkat kepuasan, jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, dan biaya perjalanan. Hasil variabel yang tersisa

(kunjungan ke museum lain, kepuasan, pendapatan, dan usia), karena secara statistik tidak signifikan, tidak mempengaruhi probabilitas kunjungan ke ML. Secara keseluruhan, kita dapat menyatakan bahwa, secara ekonomi, hasilnya sesuai dengan yang diharapkan, yaitu, biaya perjalanan secara negatif mempengaruhi jumlah kunjungan. Ini meningkat seiring dengan tingkat pendidikan dan wanita cenderung mengunjungi museum lebih banyak. Adapun variabel yang tersisa, meskipun mempertimbangkan statistik mereka tidak signifikan, hasilnya menunjukkan adanya kesetiaan konsumen dari museum (dinyatakan oleh "kunjungan ke museum lain") dan bahwa orang-orang dengan pendapatan lebih tinggi adalah mereka yang mengunjungi museum yang paling.

2. Penelitian yang selanjutnya yang mengenai biaya perjalanan yang dilakukan oleh Anning et al., (2013) dengan judul penelitian *Valuing Beach and surf tourism and recreation in Australian sea change communities* pendapatan, daerah asal, karakteristik tempat wisata lain, kualitas wisata. Data dianalisis menggunakan kedua metode biaya perjalanan (TCM). Dari hasil analisis ini menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kunci dalam menarik wisatawan agar tetap berkunjung adalah kualitas dan aset pesisir. Hal ini memiliki implikasi besar bagi perencanaan strategis, operasional pengeluaran dan perencanaan pariwisata berkelanjutan, sebagai hilangnya pendapatan ini akan memiliki berat impikasi untuk LGAs.
3. Penelitian Pakdeeburce, et. al. (2011) tentang *Economic Valuation of the World Cultural Heritage for Promoting Community-based Flood Disaster*

Management; A Case Study of Ayutthaya Historical Park menggunakan metode TCM dan CVM dengan variabel biaya perjalanan, pendapatan, karakteristik sosial ekonomi, kualitas lingkungan, dan tujuan perjalanan. Hasil untuk menentukan biaya perjalanan individu dari wisatawan, penelitian ini berfokus pada biaya perjalanan rata-rata perjalanan individu. Kami telah mengumpulkan data dengan menggunakan survei kuesioner dan menentukan asal turis dari penghuninya ke taman berejarah ayutthaya. Ditemukan bahwa wisatawan thailand memiliki biaya perjalanan lebih tinggi daripada wisatawan asing (masing masing 909,10 bath dan 679,48 bath per orang). Alasannya adalah bahwa wisatawan thailand biasanya menggunakan mobil individu untuk bepergian di taman bersejarah. Sementara itu turis asing melakukan perjalanan dengan berjalan kaki atau dengan sepeda. Biaya bensin untuk mobil jauh lebih tinggi daripada biaya sewa sepeda. Total nilai ekonomi taman bersejarah ayutthaya adalah 8.505.023.942,10

4. Penelitian Varahrami (2012) tentang *Valuing of Cultural Heritage in Iran, Case Study: Kakh Sadabad* menggunakan metode CVM dengan variabel kesediaan membayar, gender, usia, pendapatan, pendidikan, informasi, kepuasan, perjalanan, dan jumlah uang yang ingin pengunjung bayarkan. Hasil mengungkapkan bahwa variabel usia, pendapatan, kepuasan, jumlah uang yang ingin pengunjung bayarkan, dan informasi memiliki efek positif pada kesediaan membayar pengunjung. WTP pengunjung dalam sampel ini adalah 2/5 dolar. Oleh karena itu pengunjung dengan lebih banyak

pendapatan dan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan informasi lebih lanjut tentang Kakh sadabad ingin membayar lebih banyak uang untuk perbaikan Kakh sadabad.

5. Penelitian Melstrom (2014) tentang *Valuing historic battlefields: an application of the travel cost method to three American Civil War battlefields* menggunakan metode TCM dengan variabel biaya perjalanan, substitusi, total waktu kunjungan, usia, pendapatan, jumlah individu dalam satu grup, dummy perencanaan. Hasil Nilai penggunaan setiap situs diperkirakan menggunakan metode biaya perjalanan. Kesiediaan individu untuk membayar perjalanan ke The Stones River National Battlefield, Monocacy, dan Fort Donelson masing-masing adalah \$25, \$8 dan \$9. Secara keseluruhan, nilai penggunaan tahunan agregat untuk Stones River dan Fort Donelson total dalam jutaan dolar. Hasil ini menyiratkan bahwa melestarikan medan perang bersejarah dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang substansial. Di ketiga model, koefisien pada *TC Substitute* adalah positif dan signifikan secara statistik (meskipun untuk model Stones River, signifikansinya hanya pada tingkat 10 persen), yang menyiratkan bahwa pengunjung yang menghadapi biaya perjalanan lebih rendah ke medan perang pengganti cenderung mengambil sedikit perjalanan seperti yang diharapkan. Selanjutnya, pertimbangkan perkiraan dampak usia. variabel *age* memiliki efek nonlinier di ketiga model, di mana koefisien pada *usia* adalah positif, sedangkan koefisien pada *age²* adalah negatif. efek *age* dan *age²* secara statistik signifikan dalam model Stones River dan Fort

Donelson, sedangkan hanya efek age^2 yang signifikan dalam model Monocacy. Model-model tersebut memperkirakan bahwa efek bersih dari usia dalam perjalanan adalah positif hingga sekitar usia 49 tahun, setelah itu berubah menjadi negatif. Akhirnya, efek GroupSize diperkirakan negatif di ketiga model, meskipun efeknya hanya signifikan secara statistik dalam model Stones River dan Monocacy. Tanda parameter ini menyiratkan bahwa pengunjung yang bepergian dengan grup yang lebih besar cenderung lebih jarang mengunjungi.

6. Penelitian yang dilakukan di tempat rekreasi oleh Ortacesme et al. (2002) tentang "*An Estimation of the Recreationnal Use Value of Kursunlu Waterfall Natural Park by the Individual Travel Cost Method*". Menurut hasil, fungsi itu ditemukan signifikan pada level 1%. Hasil dalam variabel model sejajar dengan harapan teoritis dalam aplikasi TCM. Fakta bahwa variabel biaya perjalanan memiliki nilai negatif (-) menunjukkan bahwa ada hubungan yang berlawanan antara biaya perjalanan dan jumlah kunjungan tahunan. Dengan kata lain, seiring meningkatnya biaya perjalanan, jumlah kunjungan tahunan berkurang. Demikian pula, variabel 'situs alternatif' mengambil nilai negatif (-), yang berarti bahwa keberadaan situs alternatif mempengaruhi jumlah kunjungan tahunan secara negatif. Ketiga variabel lainnya (usia, pendidikan dan pendapatan rumah tangga) memiliki hubungan positif dengan jumlah kunjungan tahunan. Ini berarti bahwa seiring bertambahnya usia, tingkat pendidikan dan pendapatan rumah

tangga, jumlah kunjungan ke Taman Alam Air Terjun Kursunlu juga meningkat.

7. Penelitian Poor dan Smith (2004) tentang "*Travel Cost Analysis of a Cultural Heritage Site: The Case of Hisoric St. Mary's City of Maryland (HSMC)*". Poor dan Smith memasukan variabel pendapatan, etnis dan umur ke dalam faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan per 1000 penduduk. Terdapat tiga model yang digunakan, yaitu model linear, semi-log dan loglog. Variabel pendapatan memiliki hubungan terbalik dan berpengaruh terhadap tingkat kunjungan per 1000 penduduk pada ketiga model tersebut. Variabel etnis dan umur juga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan per 1000 penduduk. 42 Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa penghitungan surplus konsumen secara signifikan bergantung pada bentuk fungsi yang digunakan untuk mengestimasi permintaan pengunjung. Nilai surplus konsumen pada model linear, semi-log dan loglog, masing-masing sebesar \$19.26, \$9.93 dan \$8.00. Hasil penelitian ini juga diperoleh nilai elastisitas harga negatif yang akan menyebabkan penurunan jumlah kunjungan ke HSMC jika harga tiket dinaikkan. Begitu pula dengan nilai elastisitas pendapatan negatif yang berarti bahwa pengunjung yang berasal dari zona dengan penghasilan yang lebih tinggi kurang menyukai untuk berkunjung ke HSMC.
8. Penelitian Báez-Montenegro et al. (2012) tentang *Inhabitants' Willingness To Pay For Cultural Heritage: A Case Study In Valdivia, Chile, Using Contingent Valuation* menggunakan metode CVM dengan variabel harga,

organisasi budaya, kunjungan, jenis kelamin, pendidikan, daerah, status pekerjaan. Hasil temuan yang muncul dari penelitian menunjukkan bahwa penduduk Valdivia akan bersedia untuk berkontribusi dengan kontribusi tahunan sebesar 16.432 peso (\$ 30,85 dan € 21,57), jumlah yang signifikan di negara berkembang di mana beberapa studi penilaian telah dilakukan. Dalam hal ini, perbedaan WTP antara mereka yang mengunjungi atau tidak mengunjungi situs warisan sejarah dan mereka yang memiliki konsumsi budaya tinggi atau rendah terbukti signifikan.

9. Penelitian Subanti dan Hakim (2011) tentang Pengukuran Nilai Ekonomi Obyek Wisata Sejarah & Alam (Studi Kasus : Candi Gedong Songo, Kabupaten Semarang). menggunakan variabel penawaran harga tiket, pengalaman berkunjung, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, umur, pendidikan dan persepsi wisatawan dengan menggunakan metode regresi OLS dan pengukuran nilai ekonomi. Hasil mengatakan variabel jumlah nominal penawaran, pendapatan, pendidikan, dan persepsi berpengaruh terhadap kesediaan membayar sedangkan pengalaman berkunjung, pendapatan, pendidikan, dan persepsi berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke gedong songo
10. Penelitian Mekonnen (2011) tentang *Estimating the Economic Value of Wildlife the Case of Addis Ababa Lions Zoo Park* di Ethiopia. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM). Variabel ialah Frekuensi kunjungan, Jarak tempuh, jumlah tanggungan, usia responden, pendapatan responden, biaya

perjalanan, *dummy* hubungan responden dengan satwa liar, *dummy* karakteristik perjalanan (sendiri atau rombongan), *Willingness to Pay* (WTP), harga penawaran (*bid prices*). Dengan menggunakan pendekatan *travel cost method* (TCM) menunjukkan bahwa biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan, sesuai dengan hukum permintaan, variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan, variabel jumlah tanggungan memberikan pengaruh negatif dan signifikan, variabel *dummy* hubungan pengunjung dengan satwa liar berpengaruh positif, *dummy* karakteristik kunjungan (sendiri atau rombongan) berpengaruh positif dan jarak memberikan pengaruh positif sesuai dengan hipotesis dan signifikan, namun variabel usia menunjukkan ketidaksesuaian dengan hipotesis yang sudah dibuat. Dengan menggunakan pendekatan *contingent valuation method* (CVM) menunjukkan hasil dari regresi *bivariate probit*, pertama, untuk WTP yang ditawarkan pertama kali dipengaruhi oleh desain harga penawaran yang dibuat pertama, usia, jumlah tanggungan, dan *dummy* hubungan pengunjung dengan satwa liar yang sesuai dengan hipotesis, dan untuk WTP yang ditawarkan ke dua dipengaruhi oleh desain harga penawaran yang dibuat kedua, usia, dan pendapatan, sedangkan variabel jumlah tanggungan tidak sesuai dengan hipotesis yang sudah dibuat. Hasil lain yang diperoleh dari penelitian ini ialah rata-rata *willingness to pay* (WTP) untuk pemeliharaan dan perlindungan satwa liar adalah sebesar 8.61 ETB per tahun dan dibatasi antara 7.07 ETB dan 11.11 ETB. Sedangkan rata-rata nilai rekreasi per sekali kunjungan adalah sebesar 52.375 ETB,

nilai rekreasi per sekali kunjungan adalah sebesar 20.95 ETB, dan rata-rata surplus konsumen per sekali kunjungan adalah sebesar 10 ETB. Total nilai ekonomi yang diperoleh adalah sebesar 28.927.921 ETB yang diperoleh dengan cara menjumlahkan *use value* rekreasi tahunan di objek wisata dan *non use value* kontribusi responden untuk pemeliharaan dan perlindungan satwa liar masing-masing sebesar 11.767.287 ETB dan 17.160.634.921 ETB.

11. Penelitian Nde (2011) *tentang Non-market Valuation of Beach Recreation using the Travel Cost Method (TCM) in the Context of the Developing World: An Application to Visitors of the Ngoe Beach in Kribi, Cameroon.* Penelitian ini menggunakan metode TCM dengan menggunakan kuesioner untuk survey di lokasi untuk mendapatkan sosioekonomi pengunjung dengan variabel tentang pengunjung seperti usia, pendapatan bulanan, tingkat pendidikan, status pekerjaan, jenis kelamin dan kebangsaan, variabel komponen biaya perjalanan seperti putaran biaya perjalanann, waktu perjalanan, waktu yang dihabiskan di tempat, biaya di tempat, jumlah perjalanan yang dilakukan, dan kemauan membayar pengunjung atau akses biaya masuk. Berdasarkan hasil ekonometrik, perkiraan surplus konsumen per perjalanan per pengunjung per hari dihitung untuk berbagai kategori pengunjung.dengan nilai rekreasi pantai perjalanan per pengunjung per perhari dan berkisar dari € 2,56 hingga € 41,51.
12. Penelitian yang dilakukan oleh Zandi et al., (2018) dengan judul penelitian *An Economic Evaluation of a Forest Park using the Individual Travel Cost*

Method (a case study of Ghaleh Rudkhan forest park in northern Iran).

Penelitian ini menggunakan metode Travel Cost Method dengan variabel usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, tingkat pendapatan, jumlah kunjungan, jarak tempuh, biaya perjalanan, lama kunjungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa surplus konsumen setiap orang untuk kunjungan mereka adalah 21500 Rials dan nilai rekreasi tahunan taman itu adalah 78390595 Rials per ha.

13. Penelitian selanjutnya mengenai *Travel Cost Method* pernah dilakukan oleh Jala dan Nandagiri (2015) yang berjudul *Evaluation of Economic Value of Pilikula Lake using Travel Cost and Contingent Valuation Methods*. Yang memberikan hasil adanya perubahan signifikan dalam tingkat kunjungan jika pihak berwenang memberikan ekstra fasilitas, kemudian adanya rata-rata WTP oleh wisatawan untuk manfaat rekreasi oleh TCM terhadap variabel personal dan demografis seperti usia, total pendapatan bulanan, jenis kelamin, pendidikan dan status perumahan. Dan nilai WTP rata-rata dipengaruhi oleh status pendidikan, jenis kelamin dan tempat tinggal responden. Maka perbedaan nilai CV dan TC jauh lebih di dalam studi kasus ini karena hambatan pengunjung untuk mengungkapkan nilai-nilai WTP mempertimbangkan faktor politik dan sosial-ekonomi di negara-negara berkembang seperti India.
14. Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan suhartini (2016) dengan judul penelitian *Valuasi Ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan, usia

responden dan status perkawinan memiliki nilai koefisien negatif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan wisata di Kusuma Agrowisata. Sedangkan variabel pendidikan, pendapatan, jarak tempuh, jumlah rombongan, dan jenis kelamin memiliki nilai koefisien positif artinya variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap permintaan wisata di Kusuma Agrowisata. Sedangkan nilai surplus konsumen dan nilai ekonomi wisata Kusuma Agrowisata masing-masing adalah Rp. 1.373.113,17 dan Rp. 419.623.385.898,00.

Tabel 2.3
Hubungan antara variabel independen dengan dependen beserta referensi

Variabel	Hubungan	Referensi
Biaya perjalanan	+	Raharjo dan Gravitiani, 2012 Saptutydingsih dan Ningrum, 2017 Alexandra, 2010 Melstrom, 2014
Pendapatan	+	Priambodo dan Suhartini, 2016 Raharjo dan Gravitiani, 2012 Badar, 2013 Varahrami, 2012 Subanti dan Hakim, 2011 Ortacesme et al., 2002 Alexandra, 2010 Mekonnen, 2011 Nde, 2011 Zandi et al., 2018
Umur	+	Raharjo dan Gravitiani, 2012 Badar, 2013 Ortacesme et al., 2002 Alexandra, 2010 Mekonnen, 2011 Melstrom, 2014
Pendidikan	+	Priambodo dan Suhartini, 2016 Raharjo dan Gravitiani, 2012 Báez-Montenegro et al., 2012 Varahrami, 2012 Subanti dan Hakim, 2011

Variabel	Hubungan	Referensi
Pendidikan	+	Ortacesme et al., 2002 Fonseca dan Rebelo, 2010 Mulyani, 2006
Dummy Status Pernikahan	-	Priambodo dan Suhartini, 2016
Waktu luang	+	Mulyani, 2006
Jarak	+	Priambodo dan Suhartini, 2016 Raharjo dan Gravitiani, 2012 Saptutyingsih dan Ningrum, 2017 Mekonnen, 2011 Jala dan Nandagiri, 2015 Zandi et al., 2018
Dummy fasilitas	+	Saptutyingsih dan Ningrum, 2017 Anning, et al., 2013

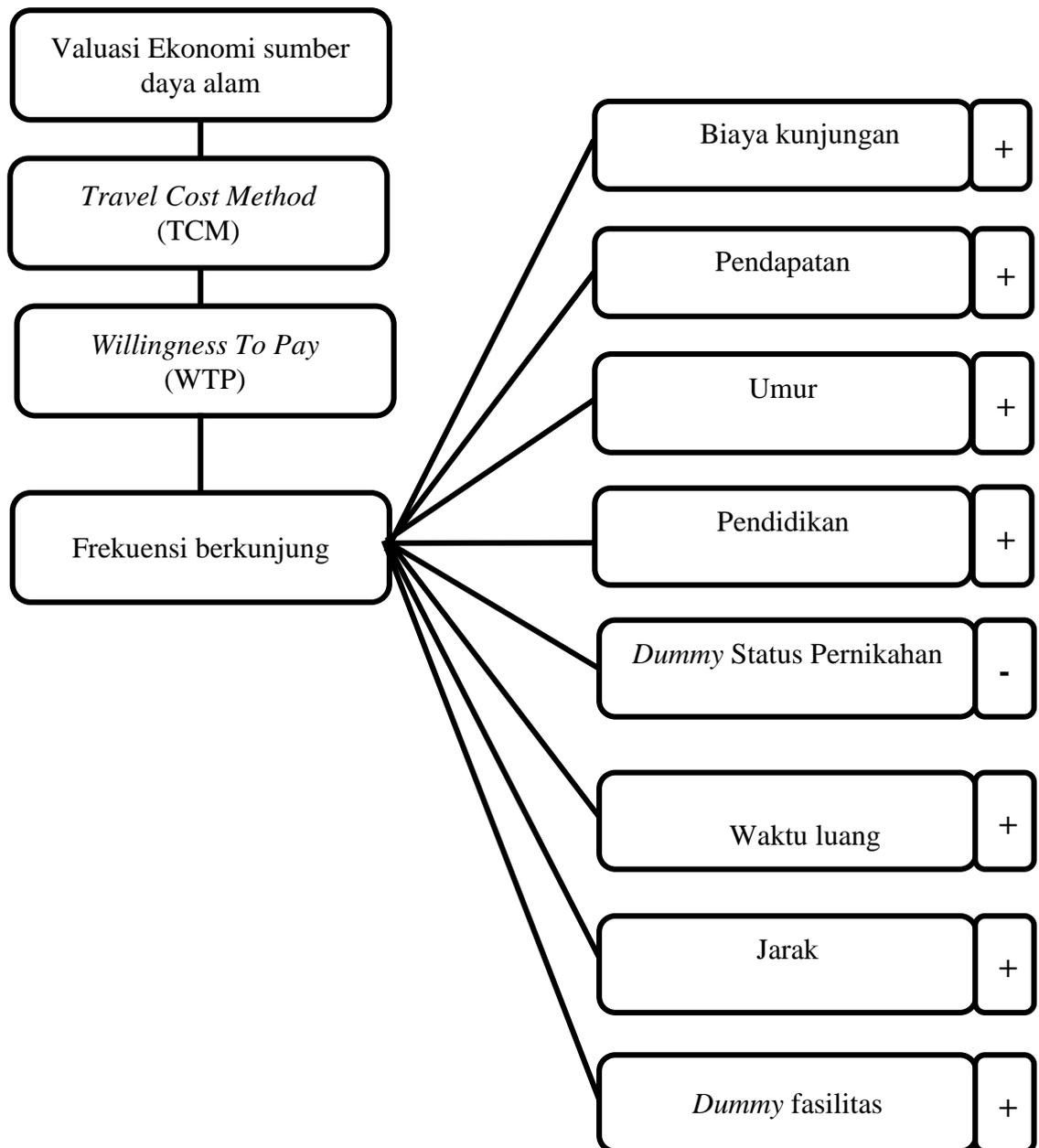
C. Hipotesis

Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga Biaya Kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta
2. Diduga Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta
3. Diduga Umur berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta
4. Diduga Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta

5. Diduga *Dummy* Status Pernikahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta
6. Diduga Waktu Luang berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta
7. Diduga Jarak berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta.
8. Diduga *Dummy* Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Cagar Budaya Museum Radya Pustaka Kota Surakarta.

D. Kerangka Berfikir Teoritis



Gambar 2.3 Kerangka Berfikir Teoritis