

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Salah satu sektor yang diandalkan oleh pemerintah untuk meningkatkan pendapatan nasional ialah sector pariwisata. Sumbangan sektor pariwisata terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional diperkirakan akan mengalami peningkatan sampai 15 persen di akhir 2019 nanti. Bahkan, dalam beberapa tahun terakhir ini, industri pariwisata menempati posisi ke empat sebagai penghasil devisa bagi negara Indonesia, dan pada tahun 2020 pemerintah memproyeksi bahwa penerimaan devisa negara terbesar berasal dari sektor pariwisata. Selain itu juga, jumlah tenaga kerja yang terserap disektor pariwisata mencapai angka 9,8 juta atau sekitar 8,4 persen dari total tanaga kerja yang ada di Indonesia dan mampu menempati posisi ke empat dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan , Hal itu sesuai dengan UU Nomor 10 Tahun 2009 pasal 4 mengenai tujuan pariwisata di Indonesia. Tujuan tersebut ialah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan, menghapus kemiskinan, pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk cinta tanah air, memperkokoh jati diri bangsa serta kesatuan bangsa.

Sektor pariwisata juga memiliki keterkaitan hubungan dan mempunyai berbagai dimensi, Karena sektor tersebut saling berkaitan dengan berbagai karakteristik, baik karakteristik fisik, ekonomi, sosial, budaya dan juga politik. Dengan keberadaannya sektor pariwisata disebagian besar wilayah di

Indonesia akan berpengaruh terhadap kondisi perekonomian, yang mana dengan berkembangnya sektor wisata ini akan mengakibatkan sektor-sektor lain ikut berkembang, seperti sektor perdagangan, transportasi, pertanian, akomodasi dan juga akan menciptakan lapangan pekerjaan. Tidak bisa dipungkiri bahwasanya Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki berbagai macam jenis wisata yang sangat besar dan kaya baik di darat, di udara maupun di laut. Namun sangat disayangkan bahwa keberanekaragaman yang dimiliki belum sepenuhnya dapat digali dan dimanfaatkan. Sebagaimana dalam Surat Ali ‘Imron Ayat 191 yang artinya;

“(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka”

Dari ayat diatas dapat kita simpulkan bahwa segala sesuatu yang diciptakan oleh Allah tidaklah ada yang sia-sia. Begitu juga diciptakan alam untuk kita nikmati keindahannya Mengingat akan keinginan wisatawan domestik ataupun mancanegara yang ingin beralih kemauan untuk kembali ke alam (*back to nature*) telah meningkatkan permintaan atas wisata alam dan berwawasan lingkungan, oleh sebab itu perlu adanya kerjasama baik oleh pemerintah pusat maupun daerah untuk lebih memperhatikan dan mengembangkan potensi wisata yang ada di daerahnya sesuai dengan kebutuhan para wisatawan.

Terdapat dua daya tarik yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata, yang pertama adalah irasional, yang meliputi kehidupan bermasyarakat, dan hubungan keluarga, hal ini sesuai dengan surah Yusuf ayat 109 secara tegas menganjurkan agar menelusuri berbagai negeri. Ini merupakan isyarat bahwa manusia perlu mengenal budaya masyarakat dari berbagai belahan dunia, kebudayaan suatu masyarakat tidak dapat dipahami secara holistik tanpa terlibat langsung di dalamnya, selain itu tingkah laku, kesukaan pribadi, agama, hubungan masyarakat, iklan atau promosi objek wisata,

penyebaran informasi objek wisata (iklan, reklame), serta kondisi perekonomian (pendapatan dan biaya). Sedangkan yang kedua ialah rasional, yang meliputi sumber objek wisata, sarana prasarana objek wisata, kondisi lingkungan, keadaan politik, serta keadaan geografis.

Data yang diperoleh dari Kementrian Pariwisata Republik Indonesia (2018), menunjukkan bahwa wisata yang ada di Indonesia mampu menarik perhatian wisatawan mancanegara. Hal itu dapat dibuktikan dengan data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara selama tiga bulan terakhir pada tahun 2018. Pada bulan Mei 2018 jumlah kunjungan wisatawan Indonesia mencapai angka 1.242.588 wisatawan. Sedangkan di bulan Juni dan Juli masing-masing sebesar 1.318.094 wisatawan dan 1.536.489 wisatawan.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai salah satu tujuan wisata utama setelah Bali yang mempunyai banyak destinasi wisata yang menakjubkan. Tercatat selama tahun 2013-2017 kunjungan wisata di Provinsi DIY terus mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahunnya tercatat pada tahun 2013 mencapai 12,842,295 orang dan ditahun 2017 jumlah wisatawan mencapai 25,950,793 orang (Statistik Pariwisata DIY, 2017). Kabupaten Bantul sebagai salah satu tujuan utama pariwisata yang ada di Provinsi DIY. Kabupaten Bantul memiliki objek wisata meliputi wisata alam, wisata religi, wisata budaya, dan wisata kuliner. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, di Kabupaten Bantul terdapat 45 objek wisata yang terdiri dari 9 situs sejarah dan budaya, 2 museum, 10 desa wisata 20 wisata alam dan 4 objek wisata lainnya. Pertambahan jumlah kunjungan dari tahun ke tahun dapat di lihat pada Tabel 1.1

**Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bantul Tahun 2013 -2017**

Jumlah wisatawan	
Tahun	Jumlah
2013	2.221.698
2014	2.794.018
2015	4.763.614
2016	5.405.800

2017	9.141.150
------	-----------

Sumber: Statistik pariwisata DIY, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah kunjungan wisatawan yang terus mengalami peningkatan, hal tersebut dikarenakan Kabupaten Bantul merupakan Kabupaten yang sangat unik karena merupakan satu-satunya Kabupaten di Provinsi Yogyakarta yang memiliki banyak destinasi wisata budaya dan wisata alam. Salah satu obyek wisata yang sedang populer saat ini di Kabupaten Bantul ialah wisata Pintoe Langit.

Objek wisata Pintoe Langit ini dulunya hanya hutan pinus biasa, namun pohon-pohon pinus yang tumbuh tidak memiliki pola sebagus dan serimbun lokasi hutan pinus lainnya. Berada di deretan bukit-bukit yang membentang indah di tenggara Bantul, Bukit Dahromo ikut meramaikan wisata di Mangunan. Meskipun menawarkan pemandangan yang serupa dengan wisata lain di sekitar Mangunan namun wisata Pintu Langit ini sangat patut anda kunjungi, karena selain memiliki pemandangan yang indah disini juga memiliki spot foto yang unik. Panorama yang berada di kawasan ini cukup mainstream dengan menjual pemandangan deretan pegunungan sewu sebelah selatan dengan lanskap kota Yogyakarta yang menawan.

Awal mula Pintoe Langit ini dulunya hanya hutan pinus biasa, namun pohon-pohon pinus yang tumbuh tidak memiliki pola sebagus dan serimbun lokasi hutan pinus lainnya. Namun akhir-akhir ini, para wisatawan yang hendak berkunjung ke Hutan Pinus menyempatkan diri mampir hanya sekedar berfoto. Pada tahun 2017 objek wisata Pintoe Langit resmi menjadi salah satu destinasi wisata di Kabupaten Bantul. Semenjak di buka pada tahun 2017 objek wisata ini semakin di minati masyarakat baik masyarakat kabupaten Bantul maupun luar kabupaten Bantul untuk berekreasi, maupun hanya sekedar untuk berfoto. Berikut ini adalah jumlah kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit tahun 2018 pada bulan Januari- Juni:

**Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Obyek Wisata Pintoe Langit**

**pada tahun 2017**

Jumlah wisatawan	
Bulan	Jumlah
Januari	6,344
Febuari	4,671
Maret	3,863
April	3,244
Mei	2,549
Juni	3,191

Sumber :Pokdarwis, Desa muntuk Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat data pengunjung di objek wisata Pintoe Langit selama tahun 2018 bulan Januari sampai bulan Juni menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Walaupun kunjungan wisatawan masih didominasi oleh wisatawan domestik pada tiap bulannya namun angkanya berfluktuasi sepanjang bulan Januari hingga bulan Juni. Kunjungan wisatawan domestik terbesar terjadi pada bulan Januari sebanyak 6.344 wisatawan, sedangkan kunjungan wisatawan domestik terendah adalah 2.549 wisatawan di bulan Mei.

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuasi wisatawan yang terjadi sepanjang bulan Januari sampai bulan Juni 2017, diakibatkan adanya objek wisata sejenis yang memberika fasilitas yang hampir sama seperti Puncak Becici, Watu Lawang dan Bukit Lintang Sewu. sehingga minat masyarakat baik masyarakat Bantul maupun luar Bantul beralih untuk mencoba dan merasakan sensasi objek wisata sejenis tersebut. Namun pihak dari pengelola objek wisata Pintoe Langit terus berupaya untuk mengembalikan minat dan keinginan wisatawan untuk berwisata kembali ke objek wisata Pintoe Langit, melalui upaya-upaya yang dilakukan seperti dengan memperbaiki fasilitas-fasilitas, sarana prasarana, serta menambah tempat foto/spot foto di objek wisata Pintoe Langit.

Melihat potensi dan kekayaan wisata yang begitu besar di Kabupaten Bantul ini, maka dari itu Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul serta pihak masyarakat selaku pelaku usaha pariwisata untuk memperhatikan setiap objek wisata yang dimilikinya, supaya tetap mendominasi sektor pariwisata di Kabupaten Bantul. Perlu adanya pemeliharaan dan

perbaikan cara pengelolaan yang baik dan kebersihan lingkungan disekitar objek wisata. Dalam perkembangannya wisata Pintoe Langit terus melakukan perbaikan terhadap kualitas lingkungan dan juga fasilitas serta sarana prasarana lainnya. objek wisata Pintoe Langit juga terus melakukan upaya-upaya penunjang kegiatan pariwisata seperti, menambah spot foto baru. Hal inilah yang nantinya dapat meningkatkan jumlah pengunjung wistawan ke objek wisata Pintoe Langit.

Wisata Pintoe Langit termasuk ke dalam jenis barang publik, dimana ciri khusus barang publik yaitu, pertama, *non-rival* yang berarti dengan mengkonsumsi barang atau jasa yang dilakukan oleh setiap individu tidak akan membuat jumlah barang yang tersedia untuk dikonsumsi menjadi berkurang. Sedangkan yang kedua, yaitu *non-eksklusif* yang berarti semua individu mempunyai hak untuk merasakan dan menggunakan barang atau jasa tersebut. Andrianto (2010) menyebutkan bahwa penilaian terhadap ekonomi lingkungan atas barang publik atau barang-barang non-pasar didasarkan pada konsep kemauan untuk membayar (*willingness to pay*). Penilaian ekonomi dengan menggunakan konsep *willingness to pay* dapat dilakukan dengan mengetahui prioritas seberapa besar individu atau kelompok dalam memperhatikan tingkat baik buruknya lingkungan disekitarnya. Maka dari itu, penilaian barang non-pasar bisa dipergunakan untuk memberikan penilaian ekonomi untuk jenis-jenis barang atau lingkungan, tergolong agro wisata.

Raharjo (2002) menambahkan bahwa secara khusus metode untuk menghitung nilai ekonomi wisata dan lingkungan dapat dibedakan menjadi dua metode. Pertama, adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit yang mana melalui model yang dikembangkan (*revealed preference method*) *willingness to pay* (WTP) akan diketahui. Kedua, ialah teknik valuasi berdasarkan pada survei yang dilakukan secara langsung, dimana *willingness to pay* (WTP) didapatkan dengan cara langsung dari penjawab

(responden) (*expressed preference method*). Dari kedua metode yang sudah disebutkan di atas, kedua metode tersebut sering digunakan sebagai metode valuasi untuk barang-barang yang tidak memiliki nilai pasar (*non-market valuation*). Metode yang masuk ke dalam kategori *revealed preference method* adalah *travel cost method* (TCM). Metode ini memperkirakan nilai ekonomi suatu daerah objek wisata atas dasar penilaian yang masing-masing individu atau masyarakat berikan, terhadap kesenangan yang tidak dapat dinilai (dalam rupiah) dari seluruh biaya yang sudah digunakan atau dikeluarkan untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

Keterbatasan-keterbatasan utama yang dimiliki oleh pendekatan *travel cost method* (TCM) yaitu, pertama, *travel cost method* (TCM) dibangun atas dasar dugaan bahwa setiap wisatawan yang melakukan perjalanan, hanya mengunjungi satu destinasi tujuan wisata, jadi jika wisatawan melakukan kunjungan lebih dari satu objek wisata, tidak bisa digunakan (*multi-purpose trip*). Kedua, *travel cost method* (TCM) tidak bisa membedakan antara wisatawan yang datang dari kalangan pelibur (*holiday makers*) dengan wisatawan yang datang dari daerah setempat (*resident*). Ketiga, *travel cost method* (TCM) dalam pengukuran nilai dari waktu memiliki sedikit permasalahan, karena variabel waktu memiliki nilai yang terkandung didalamnya yang dinyatakan sebagai bentuk biaya yang dikorbankan oleh wisatawan (Fauzi, 2010). Poor and Smith (2004) menambahkan keterbatasan dari metode *travel cost method* (TCM) yakni, fungsi dari biaya perjalanan (*travel cost*) yang tidak mengidentifikasi nilai keberadaan dari barang tersebut (*non-use value*), namun hanya mengidentifikasi nilai penggunaan langsung dari pengunjung.

*Travel cost method* (TCM) dan *contingent valuation method* (CVM) telah banyak digunakan dan diaplikasikan untuk menilai objek wisata seperti, wisata alam, wisata sejarah, wisata buatan, wisata religi dan wisata-wisata lainnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (twerefou and Daneil, 2012; Priambodo, 2016; Saptutyningasih dan ningrum

2013;) menunjukkan bahwa biaya perjalanan, berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2012; Anasthacia, 2014; Nurhasyatillah, 2015;) menunjukkan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan. Kemudian menurut penelitian (Putri, 2012; Haban, dkk, 2017; ruspandi, 2017;) menunjukkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh ( Nugroho 2010; Ruspandi,Dkk 2017; Suprihartono 2018;) juga menjelaskan bahwa usia berpengaruh positif, terhadap kunjungan objek wisata Pintoe Langit. Sedangkan menurut penelitian (Sari 2012; Litriani 2011) menjelaskan bahwa alamat berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pintoe Langit. Dalam penelitian (Saptutyingsih dan Ningrum 2017; Widayati 20114; Haban,dkk 2017;) menjelaskan bahwa *dummy* persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan. Penelitian yang di lakukan oleh (Anasthacia 2014; Haban, dkk 2017) menjelaskan juga bahwa *dummy* substitusi berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan. Kemudian penelitian yang di lakukan oleh (Mulyani 2006; Amanda 2009; Priambodo 2016;) menjelaskan bahwa jumlah rombongan berpengaruh positif terhadap suatu frekuensi kunjungan.

Melihat dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan diatas, Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna untuk mengetahui estimasi nilai ekonomi objek wisata Pintoe Langit, serta variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata tersebut. Hal itu dimaksudkan untuk memberikan beberapa manfaat antara lain, untuk memberikan pertimbangan kepada POKDARWIS selaku pengelola objek wisata Pintoe Langit dalam pengambilan keputusan terkait dengan optimalisasi, perbaikan kualitas lingkungan, penggunaan dan pemanfaatan objek wisata

Pintoe Langit yang nantinya akan memberikan subsidi terhadap pendapatan daerah Kabupaten Bantul.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pintoe Langit di Kabupaten Bantul**”.

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan yang akan di teliti, dilakukan di Kabupaten Bantul tepatnya objek wisata Pintoe Langit. Dengan menggunakan variabel bebas yang di batasi yaitu variabel biaya perjalanan, jarak, umur, pendapatan, tingkat pendidikan, rombongan dan alamat pengunjung.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, masalah yang dirumuskan pada penelitian ini adalah diperlukannya riset mengenai valuasi ekonomi, dan mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit, dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan optimalisasi, perbaikan kualitas lingkungan, penggunaan serta pemanfaatan objek wisata Pintoe langit.

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan-hubungan antara masing-masing variabel, di antaranya:

1. Mengetahui apakah biaya perjalanan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.
2. Mengetahui apakah tingkat pendapatan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.

3. Mengetahui apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.
4. Mengetahui apakah usia berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.
5. Mengetahui apakah jarak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.
6. Mengetahui apakah *dummy* daerah asal berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.
7. Mengetahui apakah *dummy* persepsi kualitas berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.
8. Mengetahui apakah jumlah rombongan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.
9. Mengetahui apakah *dummy* substitusi berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pintoe Langit.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi POKDARWIS selaku pengelola Pintoe Langit Dahromo dalam pengambilan kebijakan untuk meningkatkan optimalisasi, perbaikan kualitas lingkungan, penggunaan serta pemanfaatan objek wisata Pintoe Langit dimasa yang akan datang.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai nilai ekonomi objek wisata yang terkait dengan jumlah kunjungan responden.