

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-undang No.10 tahun 2009, didalamnya terdapat pengertian mengenai wisata yaitu kegiatan perjalanan untuk mengunjungi lokasi wisata atau objek wisata oleh sendiri maupun berkelompok dengan tujuan berwisata, pengembangan kepribadian atau mempelajari adat istiadat dan keunikan daya Tarik wisata dikunjungi dengan waktu yang sangat singkat. Menurut Bambang (2013) pengertian mengenai kegiatan pariwisata yaitu macam-macam kegiatan kepariwisataan yang didukung oleh layanan serta fasilitas yang telah diberikan oleh masyarakat, pemerintah dan negara. Secara holistik adanya kesinambungan antara wisatawan, wisata dan kegiatan pariwisata yang menghasilkan batasan pengertian yaitu kepariwisataan.

Pariwisata menurut Prof. K. Krapf dan Prof. Hunziker dalam Yoeti (1996) pariwisata merupakan keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan dari perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan orang asing itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara.

2. Jenis- Jenis Pariwisata

Menurut Spillane dalam Cintami Rahmawati dan Hadi Sasana (2014) memaparkan mengenai jenis-jenis pariwisata yaitu:

- a. *Recreation tourism* adalah jenis wisata untuk berekreasi biasanya wisatawan yang melakukan kegiatan ini untuk refreshing otak dan tubuh agar kebugaran tubuh dapat kembali.
- b. *Pleasure tourism* adalah berwisata untuk tujuan menikmati perjalanan. Biasanya para wisatawan ini lebih memiliki waktu yang agak lama agar dapat mengenal lokasi tujuan lebih intens. Para wisatawan bisanya tertuju pada lokasi wisata yang memiliki nilai wisata yang utuh, sehingga mereka juga dapat memanfaatkan moment wisata ini untuk bercengkrama dengan warga setempat. Selain itu, jenis pleasure tourism ini juga dapat mengembalikan kebugaran jasmani maupun rohani.
- c. *Cultural tourism* adalah kegiatan berwisata dengan mengenal adat istiadat setempat, adanya penelitian dan riset, biasanya kegiatan ini mengkaji nilai budaya secara mendalam.
- d. *Sports tourism* adalah kegiatan wisata yang para wisatawannya dapat menjadi penonton maupun mempraktekannya secara langsung.
- e. *Business tourism* adalah jenis berwisata dengan tujuan dagang besar. Wisatawan ini memanfaatkan waktu sebaik-baiknya untuk mengunjungi berbagai objek wisata.

- f. *Convention tourism* adalah jenis pariwisata konvesi. Wisatawan yang hendak berwisata ini sangat memprioritaskan terhadap adanya hote-hotel maupun bangunan-bangunan yang menakjubkan disuatu wilayah atau negara.

3. Pengolongan wisatawan

Menurut Cohen (1972) membagi wisatawan menjadi empat, yaitu:

- a. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatwan menggunakan agen perjalanan dalam menikmati liburannya.
- b. *Drifter*, yaitu wisatawan yang berpergia dalam jumlah kecil dan mengunjungi lokasi wisata yang belum pernah dikunjungi sebelumnya.
- c. *Explorer*, yaitu wisatawan yang memiliki itinerary sendiri, tidak mengikuti agen perjalanan. Dan wisatawan ini memiliki daya interaksi terhadap warga lokal yang sangat tinggi.
- d. *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisata ini biasanya di lakukan oleh agen perjalanan. Dan dipimpin oleh pemandu wisata, seinga lokasi wisata sudah di tetapkan sesuai jadwal yang ada.

Menurut ahli Theobald (2005:11-12) dalam Dasril (2011) adanya standar seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan yaitu

- a. Tujuan perjalanan (*purpose of trip*). Wisatawan adalah seseorang yang melakukan kegiatan perjalanan selain dengan tujuan bisnis, namun ada saatnya juga perjalanan bisnis tersebut diikuti oleh kegiatan berwisata.
- b. Jarak perjalanan dari tempat tinggal, beberapa negara menggunakan system jarak total ulang-alik atau sering disebut round trip antara tempat tinggal dan lokasi objek wisata. Biasanya telah ditetapkan jarak bervariasi tergantung negara tersebut menetapkan. Sehingga, apabila wisatawan tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan maka tidak dapat dikatakan sebagai wisatawan.
- c. Waktu perjalanan atau lamanya perjalanan (*duration trip*) Lamanya perjalanan biasanya adanya overnight atau menginap satu malam. Tapi adakalanya juga alasan tersebut sudah dikesampingkan yaitu dapat dilakukan kurang dari 24 jam.

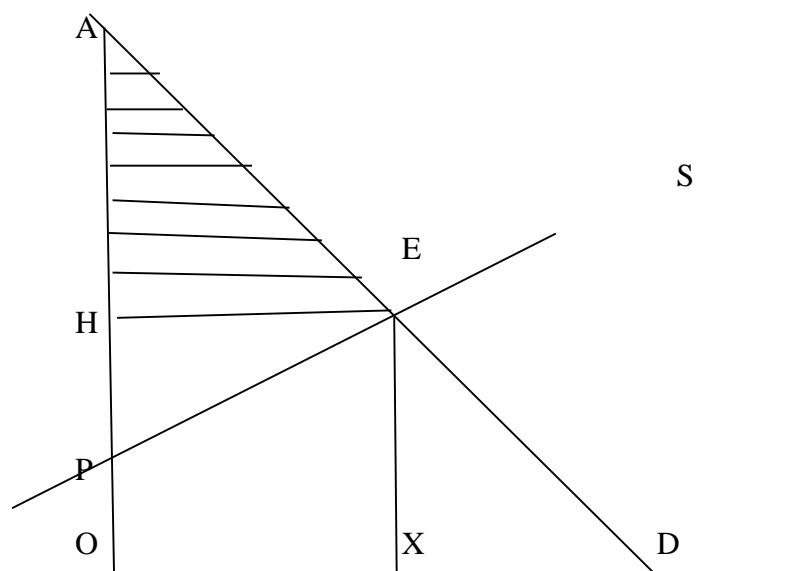
Menurut Medlik (1980) dalam Ariyanto (2005) macam-macam permintaan pariwisata yaitu:

- a. Harga, apabila lokasi wisata tergolong mahal atau memiliki harga yang relatif tinggi maka tempat wisata tersebut akan cenderung sepi, begitupun sebaliknya.
- b. Sosial dan budaya, apabila permintaan akan wisata yang memiliki perbedaan dengan wisata daerah asal maka pengunjung akan senantiasa memiliki rasa ingin tau yang tinggi dan ingin mengkaji pengetahuan lebih dalam.
- c. Pendapatan, apabila pendapatan tinggi maka tingkat tujuan daerah wisata juga tinggi begitupun sebaliknya.
- d. Social politik, keadaan tentram dan damai adalah dampak dari social politik. Namun, apabila keadaan politik aman dan tentram hal tersebut tidak akan mempengaruhi dalam hal berwisata.
- e. Intensitas keluarga, apabila jumlah keluarga banyak maka tingkat ingin berwisata tinggi.
- f. Harga barang komplementer, obyek wisata juga dapat dikatakan sebagai pelengkap dari obyek wisata lainnya.
- g. Harga barang substitusi, permintaan pariwisata ini berhubungan dengan adanya lokasi wisata tujuan dan cadangan. Adanya cadangan lokasi wisata adalah sebagai sebuah pengganti yang ada kemungkinan besar lokasi wisata tujuan utama tidak terpenuhi.

Konsep *Willingness To Pay*

Willingness To Pay adalah kesediaan membayar dalam jumlah maksimum oleh wisatawan bertujuan untuk mendapatkan pelayanan yang baik. Istilah ini berlawanan dengan *Willingness To Accept Payment* (WTA) yaitu jumlah minimum individu atau perusahaan bersedia untuk menyerahkan barang atau menerima sesuatu yang tidak diinginkan.

Willingness To Pay diartikan keinginan atau kerelaan seseorang akan harga yang akan dibayarkan kepada suatu barang atau jasa. Konsumen dapat menilai dan memberikan seberapa pantas harga yang akan menjadi tolak ukur suatu barang sesuai dengan kegunaannya, manfaat ataupun keputusan oleh konsumen dari barang maupun jasa yang ditawarkan.



Gambar 2.1 Kurva Surplus Konsumen

Sumber : Sudarsono (1995), Pengantar Ekonomi Mikro

Keterangan:

H = Harga Pasar

A = Harga Tertinggi yang bersedia dibayarkan oleh Konsumen

P = Harga Tertinggi yang bersedia dibayarkan oleh Produsen

AEH = Surplus Konsumen

PEH = Surplus Produsen

Konsep yang sering digunakan dalam *Willingness To Pay* adalah seberapa besar perbandingan antara manfaat yang didapat dengan pengeluaran biaya untuk memperoleh barang ataupun jasa. Menurut Perloff dalam Savitriah (2017), setiap konsumen selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya dengan pendapatannya tertentu dan akan menentukan jumlah permintaan barang atau jasa yang diinginkan (*willingness to buy or willingness to buy*) oleh konsumen pada waktu dan harga tertentu.

Konsep *Willingness To Pay* sangat erat hubungannya dengan *Equipment Variation (EV)* dan *Compensating Variation (CV)* dalam permintaan karna seseorang yang memiliki keinginan untuk membayar, akibat adanya kerusakan atau akibat adanya peningkatan jumlah manfaat yang diperoleh.

Penilaian ekonomi non-market suatu asset public berupa manfaat wisata dari sumber daya hutan dengan *Travel Cost Method (TCM)* dan *Contingent Valuation Method (CVM)* yang menggunakan data individu pengunjung. Kedua metode tersebut dapat menentukan estimasi nilai ekonomi rekreasi berupa manfaat wisata dari sumber daya hutan serta mengidentifikasi *Willingness To Pay (WTP)* pengunjung.

Travel Cost Method (TCM)

Travel Cost Method adalah suatu metode dalam mengestimasi biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mendatangi objek wisata tersebut. Waktu dan biaya perjalanan yang dilakukan oleh pengunjung adalah kesediaan yang harus dibayar oleh pengunjung. Kesediaan konsumen untuk membayar sesuai dengan apa yang diinginkannya adalah sumber dari konsep ini.

Metode ini digunakan untuk menilai objek wisata sekaligus digunakan untuk menilai perubahan karakteristik seperti sarana menuju objek wisata maupun fasilitas yang digunakan. Metode ini dalam mengamati lokasi wisata dibutuhkan biaya yang harus dikeluarkan sebagai harga untuk menikmati lokasi wisata tersebut. Data yang dikumpulkan dalam metode ini adalah biaya perjalanan, jumlah kunjungan, lama kunjungan, dan karakter social ekonomi responden.

Menurut Pearson didalam Savitriah (2017) komponen metode Travel Cost Method dibagi menjadi 2 komponen yaitu biaya langsung, dalam mengunjungi tempat wisata dan biaya tak langsung, seperti nilai waktu yang digunakan pengunjung dalam menuju objek wisata. Dari penjelasan tersebut, meskipun pengunjung tidak dikenakan biaya langsung saat memasuki tempat wisata tetapi pengunjung pasti mengeluarkan biaya untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata.

Metode travel cost dapat digunakan untuk mengukur biaya dan manfaat yang disebabkan oleh:

- a. Perubahan biaya tiket masuk lokasi wisata
- b. Penambahan objek wisata baru atau wahana baru
- c. Penutupan lokasi wisata
- d. Penambahan fasilitas di lokasi wisata

Perhitungan TCM dihitung melalui pengeluaran biaya atas waktu dan biaya perjalanan yang dikeluarkan seseorang untuk mengunjungi tempat wisata. jadi kesediaan untuk membayar atau WTP seseorang untuk mengunjungi tempat wisata dapat diestimasi berdasarkan jumlah kunjungan dengan biaya yang berbeda.

Metode yang dapat digunakan untuk mengestimasi manfaat wisata salah satunya (TCM). TCM dapat mengidentifikasi keinginan membayar Willingness To Pay pengunjung terhadap manfaat wisatadari sumber daya hutan dimana WTP secara tidak langsung dapat diperoleh dari biaya perjalanan pengunjung. Metode metode lain yang dapat untuk mengidentifikasi WTP adalah CVM.

A. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini berisi penelitian dari sebelumnya baik dalam bentuk tesis, skripsi maupun jurnal. Penelitian yang sudah ada mendasari penulis untuk menulis skripsi, adapun penelitiannya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Saptutyingsih (2017) dengan judul “*Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Goa Cemara Kabupaten Bantul: Pendekatan Travel Cost Method*”. Dengan variabel dependen Jumlah kunjungan wisatawan, dan variabel-variabel independen antara lain adalah Biaya Perjalanan, usia, pendapatan, jarak tempuh, fasilitas, waktu luang. Penelitian ini menggunakan metode revealed preference yaitu travel cost method. Hasil metode biaya perjalanan (travel cost method) menunjukkan bahwa rata-rata travel cost wisatawan diperkirakan mencapai Rp158.000. Pada model linier dan log-log Jumlah kunjungan ke pantai Goa Cemara dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak ke pantai, dan persepsi fasilitas, namun pada model semi-log biaya perjalanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan ke pantai tersebut. Ukuran surplus konsumen masing-masing adalah Rp3,6 juta, Rp7,1 juta, Rp5,8 juta untuk model linier, semi-log, dan log-log.

Penelitian yang dilakukan oleh Sasmi (2016) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness To Pay* Pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara Menggunakan *Contingent Valuation Method (CVM)*”. Hasil penelitiannya menyatakan besaran *willingness to pay* pengunjung pantai goa cemara dari 146 responden totalnya adalah sebesar Rp 1.413.000,00 dengan

nilai rata-rata sebesar Rp 9.678,00. Dan faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah usia (berpengaruh positif), pendidikan terakhir (berpengaruh negatif), dan tingkat pendapatan (berpengaruh positif).

Penelitian yang dilakukan oleh Savitriah (2017) yang berjudul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung wisata Pamanto Mantar di Kabupaten Sumbawa Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan menggunakan *Travel Cost Method* (TCM)”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendapatan, Fekuensi, Durasi dan Biaya menggunakan data primer dan wawancara sebanyak 104 responden. Hasil dari penelitiannya adalah Pendapatan, Fekuensi, Durasi dan Biaya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WTP.

Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi (2012) yang berjudul “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Glagah Di Kabupaten Kulonprogo : Pendekatan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa menurut sebagian responden memiliki biaya perjalanan < Rp 25.000 dan usia sekitar 21-30tahun. Variabel jarak tempat tinggal dan pengaruh pendapatan tiap bulan tidak berpengaruh terhadap tingkat kunjungan. Sedangkan, biaya perjalanan dan usia berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahya (2013) yang berjudul “Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Goa Cemara, Kabupaten: Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatawan yaitu pendapatan, biaya

perjalanan, jarak tempuh, fasilitas, waktu luang dan usia. Dan hasil regresi linier berganda menunjukkan empat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata di Pantai Goa Cemara yaitu Pendapatan, biaya perjalanan, jarak tempuh dan usia wisatawan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 100 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Endah (2013) dengan judul “Bagaimana Kesiapan Untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis WTP pengunjung dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman Pasca erupsi Merapi. Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan wawancara kepada responden sebanyak 150 pengunjung yang tersebar pada Desa wisata Srowolan, desa wisata Brayut, desa wisata Kelor, desa wisata Kembangarum dan desa wisata Pentingsari. Total WTP dengan responden 150, yaitu dengan minimum 3.000 dan maksimum 10.000 yaitu 6.740,00 dengan standar deviasi 2.411,327. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa usia, pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap kesiapan membayar (*willingness to pay*) dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman pascakerupsi Merapi.

Penelitian yang dilakukan oleh Yoga, M., Soebiyanto, S., Janu, F. (2017) dengan judul “Penentuan Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Bukit Love, Pantai Tanjung Gelam, Penangkaran Hiu Berdasarkan *Travel Cost Method* dan *Contingent Valuation Method* Menggunakan Sistem Ekonomi Grafis”. Penelitian ini bertujuan untuk Pengukuran nilai ekonomi menggunakan metode

Travel Cost Method dan Contingent Valuation Method pada penelitian ini dimaksudkan sebagai referensi untuk pemerintah Kota Jepara dalam pemanfaatan kawasan dan sebagai referensi bagi masyarakat untuk mengembangkan kawasan Pulau Karimun Jawa. Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan wawancara kepada responden sebanyak 60 sampel. Hitungan TCM Mancanegara Penangkaran Hiu, variabel frekuensi pendidikan dan alternatif lokasi yang paling mempengaruhi fungsi kawasan tersebut sebagai penyedia jasa dan diperoleh nilai manfaat kawasan tersebut berdasarkan fungsinya sebagai penyedia jasa adalah sebesar Rp 223.318.169,-.

Wezstein dan Mc. Nelly (1980) melakukan penelitian tentang permintaan rekreasi dengan menggunakan *recreation demand model*, pada daerah ski are di California dan Nevada, Fokus dari penelitian ini adalah mencari hubungan antara biaya (*money cost*) dan jarak (*distance*). Dalam penelitian ini digunakan model dimana untuk menghitung biaya dilakukan aggregating (penjumlahan) biaya. Transformasi logitrima dengan Ordinary Least-Square dan Weighted Least-Square menunjukkan bahwa koefisien biaya (*Cost Coefficient*) berbeda dari nol pada seluruh simulasi yang dilakukan, sedangkan pada aggregating jarak, hanya 82% koefisien biaya (*Cost Coefficient*) yang berada dari nol.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penulis, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Saptutyningasih, 2017, Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Goa Cemara Kabupaten Bantul dengan Pendekatan <i>Travel Cost Method</i>	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Model linier dan log-log: jumlah kunjungan dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak ke pantai dan persepsi fasilitas. Model semi-log: biaya perjalanan tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan.
2.	Sasmi (2016) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness To Pay</i> Pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara Menggunakan <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM)”	<i>Contingent Valuation Method</i> (CVM)	Usia dan pendapatan (+) Tingkat pendapatan (-)

3.	Savitriah (2017) yang berjudul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>Willingness To Pay</i> (WTP) pengunjung wisata Pamanto Mantar di Kabupaten Sumbawa Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan menggunakan <i>Travel Cost Method</i> (TCM)”	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Pendapatan(+), sedangkan frekuensi, durasi, dan biaya (-)
4.	Lutfi (2012) yang berjudul “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Glagah Di Kabupaten Bantul Kulonprogo : Pendekatan Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)”	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Variabel jarak tempat tinggal dan pengaruh pendapatan tiap bulan (-) Sedangkan, biaya perjalanan dan usia (-) terhadap tingkat kunjungan
5.	Cahya (2013) yang berjudul “Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Goa Cemara, Kabupaten Bantul: Pendekatan Biaya Perjalanan	Travel Cost Method (TCM)	Pendapatan, biaya perjalanan, jarak tempuh dan usia (+)

	<i>(Travel Cost Method)</i> ".		
6.	Prasetyo dan Endah (2013) dengan judul "Bagaimana Kediaan Untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata"	<i>Contingent Valuation Method(CVM)</i>	usia, pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga berpengaruh (+)
7.	Yoga, M., Soebiyanto, S., Janu, F melakukan penelitian tentang Penentuan Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Bukit Love, Pantai Tanjung Gelam, Penangkaran Hiu Berdasarkan Travel Cost Method dan <i>Contingent Valuation Method</i> Menggunakan Sistem Ekonomi Grafis	<i>Contingent Valuation Method(CVM) dan Travel Cost Method (TCM)</i>	Hitungan TCM Mancanegara Penangkaran Hiu, variabel frekuensi pendidikan dan alternatif lokasi yang paling mempengaruhi fungsi kawasan tersebut sebagai penyedia jasa dan diperoleh nilai manfaat kawasan tersebut berdasarkan fungsinya sebagai penyedia jasa adalah sebesar Rp 223.318.169,-.
8.	Wezstein dan Mc. Nelly (1980) melakukan penelitian tentang permintaan	<i>recreation demand</i>	Transformasi logitrima dengan Ordinary Least-Square dan Weighted Least-Square

	<p>rekreasi dengan menggunakan <i>recreation demand model</i>, pada daerah ski are di California dan Nevada</p>		<p>menunjukkan bahwa koefisien biaya (Cost Coeficient) berbeda dari nol pada seluruh simulasi yang dilakukan, sedangkan pada aggregating jarak, hanya 82% koefisien biaya (<i>Cost Coeficient</i>) yang berada dari nol.</p>
--	---	--	--

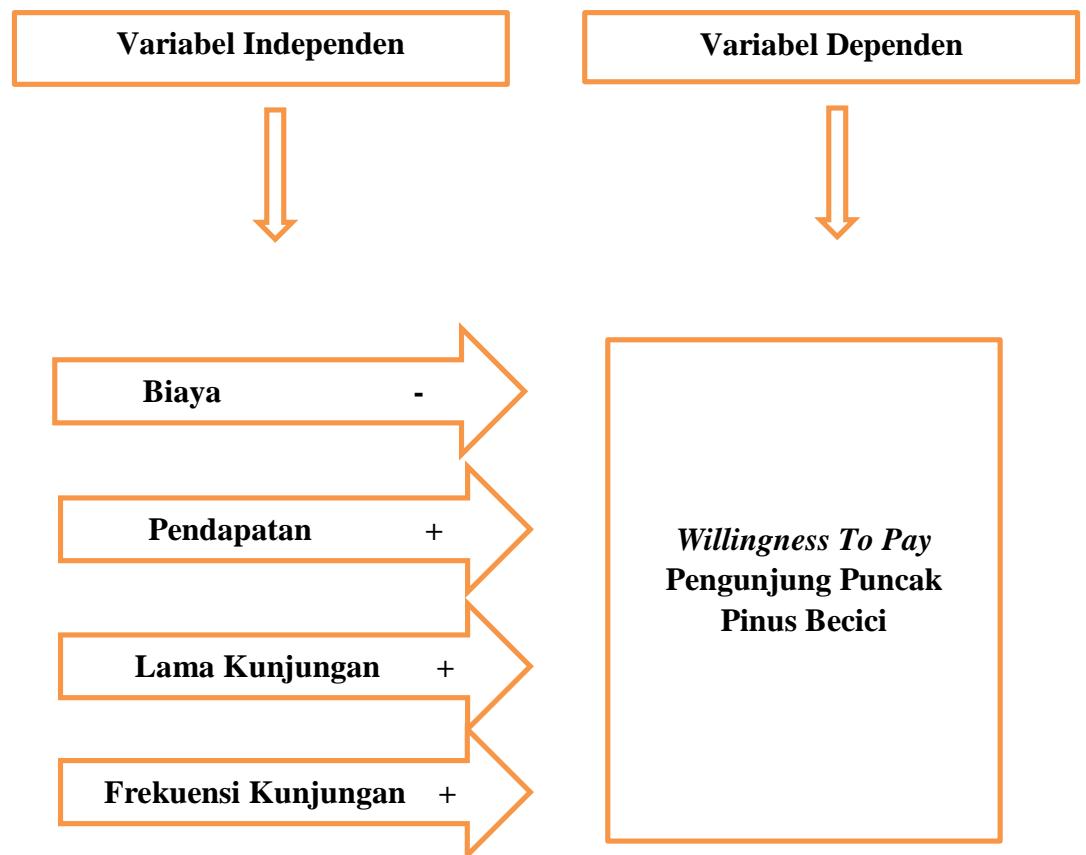
C. Hipotesis

Berdasarkan uraian-uraian dan perumusan masalah di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung ke Puncak Becici.
2. Diduga durasi kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung ke Puncak Becici.
3. Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung ke Puncak Becici.
4. Diduga frekuensi kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung ke Puncak Becici.

D. Kerangka Pemikiran

Peneliti dalam menyusun kerangka pemikiran ini berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan juga *willingness to pay* pengunjung Puncak Becici



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran