

**WILLINGNESS TO PAY PENGEMBANGAN DAN PERBAIKAN KUALITAS OBJEK
WISATA BENTENG PENDEM DI KABUPATEN CILACAP**
Pendekatan *Contingent Valuation Method*

Muhammad Rizal Imamuddin
Email: rizalbasscomp@gmail.com

Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183
No Telp: 0274 387649 (hotline), 0274 387656 ext. 199/200 No. Fax: 0274 387649

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *willingness to pay* pengunjung objek wisata Benteng Pendem untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *willingness to pay* tersebut. Studi ini menggunakan data primer dengan jumlah responden sebanyak 100 yang dilakukan secara acak *atau random sampling*. *Willingness to pay* dapat diperkirakan dengan menggunakan pendekatan *contingent valuation method* (CVM). Alat analisis pada penelitian ini menggunakan regresi biner logistik pada SPSS 20. Berdasarkan analisis, didapatkan nilai rata-rata *willingness to pay* per orang untuk retribusi masuk adalah Rp8.500,00 yang di dapat dengan permainan lelang *atau bidding game*. Faktor-faktor yang mempengaruhi secara signifikan besarnya nilai *willingness to pay* untuk responden pengunjung objek wisata Benteng Pendem adalah variabel tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jenis kelamin, status pernikahan dan jarak yang berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel umur dan frekuensi kunjungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *willingness to pay*.

Kata kunci : *Willingness To Pay*; *Contingent Valuation Method*; regresi biner logistik; *tourist*.

ABSTRACT

This research aims to measure the willingness to pay visitors for developing and improving of Benteng Pendem and to know what factors influence the willingness to pay. This research uses primary data with the number of respondents as much 100 done randomly or random sampling. Willingness to pay can be estimated using the contingent valuation method (CVM) approach. The analysis tool in this study uses binary logistic regression on SPSS 20. Based on the analysis, the average value of willingness to pay per person for entrance fees is Rp8,500.00 which can be with the game of auction games or bidding games. The factors that significantly influence the amount of willingness to pay value for the respondents of the visitors to Benteng Pendem tourism object are the variable level of education, income level, gender, marital status and distance which have a positive and significant effect. While the age and frequency of visits variables have a positive and not significant towards on willingness to pay.

Keywords : Willingness To Pay (WTP), income, education, gender, marital status, distance, age, frequency of visits, and Contingent Valuation Method (VCM)

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu andalan dalam pemasukan devisa Negara. Pemerintah hingga saat ini terus berupaya untuk meningkatkan devisa dengan berbagai kiat optimalisasi pembangunan di segala bidang termasuk sektor pariwisata. Perkembangan pariwisata yang menyangkut berbagai bidang menyebabkan bidang pariwisata menjadi industri, karena kegiatan di bidang jasa ini berkaitan erat dengan berbagai kegiatan ekonomi, penyediaan sarana dan prasarana, perhotelan, restoran/usaha pangan, transportasi / usaha jasa perjalanan, kerajinan, jasa, pendidikan, kesenian dan sebagainya. Pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu terobosan untuk meningkatkan devisa baik di tingkat nasional maupun daerah. Dalam rangka menyetarakan sektor pariwisata dengan sektor lainnya maka perlu dilakukan kiat pembangunan sektor pariwisata secara komprehensif dan representatif.

Sektor pariwisata saat ini dinilai efektif peranannya dalam menambah devisa negara, dengan meningkatnya sektor pariwisata juga dapat menghidupkan perekonomian masyarakat di sekitarnya. Sektor pariwisata juga diposisikan sebagai sarana penting dalam rangka memperkenalkan budaya dan keindahan alam daerah terkait. Sektor pariwisata juga merupakan sumber pendapatan yang dapat diperbaharui atau diremajakan. Yang dimaksud dengan diremajakan dapat berupa renovasi atau perawatan yang teratur. Oleh sebab itu, sektor pariwisata merupakan sebuah investasi yang penting pada sektor non migas bagi Indonesia.

Pariwisata merupakan bentuk pemanfaatan sumber daya alam non migas dan juga menjadi sumber pendapatan penduduk dan negara yang tidak sedikit jumlahnya. Sudah selayaknya pemerintah bersama-sama dengan komponen bangsa turut berperan aktif dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. Pengembangannya bisa berupa meningkatkan promosi suatu objek wisata dan meningkatkan kualitas dan kuantitas di objek wisata tersebut.

Salah satu wilayah dengan perkembangan di sektor pariwisatanya yang cukup baik adalah Kabupaten Cilacap. Kabupaten Cilacap berada di Provinsi Jawa Tengah, dengan ibu kotanya yakni Kota Cilacap. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Brebes dan Kabupaten Banyumas di utara, Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Kebumen berada di Timur, Samudra Hindia berada di Selatan, serta Kabupaten Ciamis dan Kabupaten Pengandaran di sebelah Barat. Kabupaten Cilacap merupakan Kabupaten yang memiliki cukup

banyak destinasi wisata, terutama pantainya. Banyaknya destinasi objek wisata sangat berpotensi sebagai penghasil pendapatan daerah bagi Kabupaten Cilacap. Berikut adalah tabel pengunjung Objek Wisata yang ada di Kabupaten Cilacap.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Cilacap

| No | Nama Objek Wisata | Tahun | | | | |
|----|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| 1. | THR Teluk Penyu | 270.996 | 200.023 | 251.350 | 212.279 | 203.304 |
| 2. | Pantai Widara Payung | 76.783 | 70.948 | 105.001 | 101.619 | 102.771 |

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap

Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Benteng Pendem di Kabupaten Cilacap

| Tahun | Jumlah Pengunjung (orang) |
|-------|---------------------------|
| 2012 | 81.655 |
| 2013 | 68.983 |
| 2014 | 87.936 |
| 2015 | 72.364 |
| 2016 | 84.846 |

Sumber : BPS Kabupaten Cilacap

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui seberapa besar WTP pengunjung untuk perbaikan kualitas lingkungan di Objek Wisata Benteng Pendem di Kabupaten Cilacap dengan metode CVM. Metode ini merupakan metode survei yang digunakan untuk bertanya kepada responden tentang nilai yang ingin diberikan terhadap suatu komoditi yang tidak mempunyai pasar seperti barang lingkungan. Tujuan dari CVM merupakan untuk mengetahui kesediaan seseorang untuk membayar WTP. Menurut Prasetyo (2013), metode CVM digunakan karena dapat (1) mengestimasi nilai WTP seseorang terhadap perubahan hipotesis kualitas aktivitas pariwisata; (2) metode ini dapat menilai perjalanan dengan banyak tujuan; (3) metode ini dapat menilai kenikmatan memakai lingkungan baik pengguna atau bukan pengguna sumberdaya tersebut; (4) metode ini dapat menilai barang yang dinilai terlalu rendah.

Untuk menjaga kelestarian objek wisata dibutuhkan perbaikan kualitas lingkungan di sekitar Benteng Pendem yang tentunya membutuhkan dana. Dalam hal ini, masyarakat harus ikut berperan dalam menjaga lingkungan disekitar Benteng Pendem terlebih pengunjung Benteng Pendem. Oleh karena itu, besarnya kesediaan membayar *Willingness To Pay* pengunjung Benteng Pendem perlu diketahui agar pengelola Benteng

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur *willingness to pay* wisatawan Benteng Pendem untuk perbaikan kualitas obyek wisata Benteng Pendem.
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
3. Untuk mengetahui pengaruh usia terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
4. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
5. Untuk mengetahui pengaruh jenis kelamin terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
6. Untuk mengetahui pengaruh frekuensi kunjungan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
7. Untuk mengetahui pengaruh status pernikahan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
8. Untuk mengetahui pengaruh jarak terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Penelitian-penelitian mengenai *Contingent Valuation Method* pernah dilakukan para peneliti lain. Disisi dapat disebutkan sebagai berikut :

Muazinnah (2013) tentang *willingness to pay* kualitas udara bersih di Kota Banda Aceh, dengan menggunakan metode CVM. Berdasarkan hasil penelitian variabel jenis kelamin, usia, jumlah kendaraan tidak signifikan sedangkan variabel pendapatan dan tingkat pendidikan signifikan terhadap kesediaan masyarakat untuk membayar kualitas udara bersih di Kota Banda Aceh.

Nugroho Joko Prasetyo (2013) tentang bagaimana kesediaan untuk membayar peningkatan kualitas lingkungan desa wisata”, dengan menggunakan metode CVM. Berdasarkan hasil penelitian tersebut variabel usia dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel tingkat pendidikan dan jumlah

tanggung keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesediaan membayar dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman.

Ikhsan (2004), tentang *willingness to pay masyarakat untuk melindungi terumbu karang di Pulau WEH*, penelitian ini menggunakan metode CVM. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh variabel pendidikan tidak signifikan terhadap WTP yang diperoleh sedangkan variabel pendapatan dan keanggotaan organisasi memiliki pengaruh positif terhadap WTP untuk perlindungan terumbu karang.

Hipotesis

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah diuraikan sebelumnya maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
2. Diduga tingkat usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
3. Diduga tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
4. Diduga tingkat frekuensi kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
5. Diduga jenis kelamin berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
6. Diduga status pernikahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.
7. Diduga jarak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

A. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data antar ruang (*cross section*), yang merupakan jenis data yang terdiri dari variabel-variabel yang dikumpulkan pada satu waktu tertentu. Data yang digunakan pada penelitian ini

menggunakan data primer. Data primer didapatkan dari hasil wawancara kepada para pengunjung/wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Data ini diperoleh melalui hasil wawancara atau kuisioner kepada responden yang pernah mengunjungi objek wisata Benteng Pendem.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. *Willingness To Pay* (WTP)

Kesediaan membayar wisatawan Benteng Pendem yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp). Estimasi *Willingness To Pay* (WTP) diperoleh melalui nilai rata-rata *Willingness To Pay* (EWTP) responden pada *Focus Group Discussion* (FGD) dengan metode *Bidding Game*/ lelang.

2. Pendapatan (Inc)

Pendapatan adalah penghasilan atau gaji responden yang diterima tiap bulan. Untuk pelajar dan mahasiswa, pendapatan merupakan uang saku perbulan, sedangkan untuk ibu rumah tangga pendapatan merupakan total pengeluaran konsumsi tiap bulan yang dinyatakan dalam rupiah (Rp).

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah lamanya pendidikan formal yang pernah ditempuh seseorang yang dinyatakan dalam satuan tahun.

4. Usia (*AGE*)

Usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan benda atau makhluk hidup. Usia dalam penelitian ini yang dimaksud adalah usia pengunjung objek wisata benteng pendem.

5. Jenis kelamin (JK)

Jenis kelamin adalah gender responden yaitu laki-laki dan perempuan. Nilai variabel *dummy* JK adalah 1 jika “laki-laki” dan 0 jika “perempuan”.

6. Frekuensi kunjungan (FK)

Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.

7. Status Pernikahan (SP)

Status pernikahan adalah status yang dimiliki responden apakah memiliki/pernah memiliki ikatan pernikahan, baik secara formal negara, agama atau adat. Nilai variabel *dummy* SP adalah 1 jika “sudah menikah” dan 0 jika “belum menikah”.

8. Jarak

Jarak adalah jarak rumah responden ke tempat objek wisata yang dinyatakan dalam kilometer (KM).

Alat Analisis

Penelitian ini menggunakan metode CVM yaitu metode yang dilakukan secara langsung atau wawancara kepada pengunjung tentang kesediaan untuk membayar WTP untuk pelestarian lingkungan pada Objek Wisata Benteng Pendem. CVM mampu mengukur nilai suatu barang yang tidak berada di pasar, metode ini dapat mengetahui tingkat maksimum kesediaan membayar dan cukup memberikan informasi mengenai barang tersebut kepada penerima manfaat. Penelitian ini dilakukan menggunakan data primer dan Analisis Regresi Logistik dengan progra SPSS.

Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Kesesuaian Model

Uji Kesesuaian Model ini digunakan untuk menilai ketepatan prediksi klasifikasi menggunakan tabel klasifikasi untuk menghitung nilai estimasi yang benar dan yang salah.

2. Uji Kelayakan Model

Uji ini dilakukan bertujuan untuk mempelajari kesesuaian model regresi logistik. Prinsip dasar uji statistik ini merupakan hasil frekuensi prediksi dan frekuensi observasi dan variabel terikat harus mempunyai perbedaan yang kecil. Semakin kecil perbedaannya semakin layak juga model tersebut. Model yang layak menurut uji statistik ini mempunyai nilai probabilitas yang besar, yaitu lebih besar dari tingkat signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$.

3. Uji Signifikansi Model

Uji ini dilakukan setelah mengetahui bahwa pada hasil uji berpengaruh nyata model terdapat minimal satu variabel independen yang berpengaruh pada variabel dependen. Tujuan pengujian ini merupakan untuk mengetahui variabel independen yang berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini menggunakan Uji Wald yang bertujuan untuk mengetahui keberartian koefisien β secara parsial

b. Uji Signifikansi Simultan

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama di dalam model regresi logistik.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------------|-----|---------|----------|------------|----------------|
| Tingkat Pendapatan | 100 | 500000 | 10000000 | 2112800.00 | 1525927.491 |
| Tingkat Pendidikan | 100 | 6 | 18 | 12.73 | 2.799 |
| Umur | 100 | 16 | 62 | 32.65 | 10.683 |
| Jenis Kelamin | 100 | 1 | 2 | 1.61 | .490 |
| Frekuensi Kunjungan | 100 | 1 | 6 | 2.07 | 1.148 |
| Status Pernikahan | 100 | 1 | 2 | 1.69 | .465 |
| Jarak | 100 | 1 | 40 | 5.64 | 5.780 |
| Willingness To Pay | 100 | 0 | 1 | .81 | .394 |
| Valid N (listwise) | 100 | | | | |

Sumber : data primer diolah

1. Uji Klasifikasi Model

Uji klasifikasi model ini digunakan untuk mengetahui ketepatan klasifikasi dan menghitung nilai estimasi benar (*correct*) dan nilai yang salah (*incorrect*). Hasil uji klasifikasi ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Klasifikasi

| Observed | | Predicted | | |
|--------------------|-----------------------------------|--------------------|----------|--------------------|
| | | Willingness To Pay | | Percentage Correct |
| | | Tidak Bersedia | Bersedia | |
| Step 0 | Willingness To Pay Tidak Bersedia | 0 | 19 | .0 |
| | Willingness To Pay Bersedia | 0 | 81 | 100.0 |
| Overall Percentage | | | | 81.0 |

Sumber : data primer diolah

2. Uji Kelayakan Model (*Goodness Of Fit Test*)

a. Nagelkerke's R Square

Uji Nagelkerke's R Square ini merupakan modifikasi dari koefisien Cox dan Snell untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 (nol) sampai satu (1). Nilai Nagelkerke's R^2 dapat diinterpretasikan seperti nilai R^2 pada regresi berganda dimana koefisiennya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independennya.

Uji Nagelkerke's Square

| Step | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|------|---------------------|----------------------|---------------------|
| 1 | 31.506 ^a | .482 | .775 |

Sumber : data primer diolah

b. Uji Hosmer and Lemeshow's test

Uji ini bertujuan untuk menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak adanya perbedaan dengan model sehingga bisa dikatakan fit).

Uji Hosmer dan Lemeshow Test

| Step | Chi-square | Df | Sig. |
|------|------------|----|------|
| 1 | 5.276 | 8 | .728 |

Sumber : data primer diolah

3. Uji Signifikansi Model

a. Uji Signifikansi Parsial

Uji Signifikansi Parsial ini digunakan untuk mengetahui variabel independen yang mempengaruhi secara nyata terhadap variabel dependennya.

Hasil Regresi

| | Variabel | B | Wald | Sig. | Exp(B) |
|----------|---------------------|---------|-------|------|--------|
| Step 1 | Tingkat pendapatan | .000 | 4.138 | .042 | 1.000 |
| | Tingkat pendidikan | .809 | 8.218 | .004 | 2.245 |
| | Umur | .052 | .541 | .462 | 1.054 |
| | Jenis kelamin | 2.647 | 4.330 | .037 | 14.105 |
| | Frekuensi kunjungan | .431 | .653 | .419 | 1.538 |
| | Status pernikahan | 2.262 | 4.285 | .038 | 9.602 |
| | Jarak | .519 | 4.241 | .039 | 1.680 |
| Constant | | -23.191 | 8.994 | .003 | .000 |

Sumber: data primer diolah

b. Uji Signifikansi Simultan

Uji Signifikansi Simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) di dalam model regresi logistik.

Hasil Uji Simultan

| Step 1 | Step Block Model | Chi-Square | Df | Sig. |
|--------|------------------|------------|----|------|
| | | 65.739 | 7 | .000 |
| | | 65.739 | 7 | .000 |
| | | 65.739 | 7 | .000 |

Sumber : data primer diolah

Pembahasan

Pengaruh Tingkat Pendapatan dengan *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Muazinnah (2013) tentang pengaruh variabel pendapatan terhadap *Willingness To Pay* Kualitas udara bersih di Kota Banda Aceh, dengan menggunakan metode CVM. Data yang dipakai merupakan data primer yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara langsung kepada responden. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan variabel jenis kelamin, usia, jumlah kendaraan tidak signifikan sedangkan variabel pendapatan dan tingkat pendidikan signifikan terhadap kesediaan masyarakat untuk membayar kualitas udara bersih di Kota Banda Aceh, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin tinggi pula kesediaan membayar untuk terribusi masuk Benteng Pendem. Tingkat pendapatan sangat mempengaruhi seseorang dalam hal kesediaan untuk memberikan nilai WTP. Hal ini disebabkan dengan tingginya pendapatan wisatawan akan rela mengeluarkan uang lebih untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ikhsan (2014) tentang pengaruh variabel pendapatan terhadap *willingness to pay* masyarakat untuk melindungi terumbu karang di Pulau WEH, dengan menggunakan metode CVM. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan variabel pendidikan tidak signifikan terhadap WTP sedangkan variabel pendapatan dan keanggotaan organisasi memiliki pengaruh positif terhadap WTP terhadap perlindungan terumbu karang di Pulau WEH. Hal ini disebabkan dengan tingginya pendapatan wisatawan akan rela mengeluarkan uang lebih untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata.

Berdasarkan data primer yang sudah diolah menunjukkan bahwa tingkat pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem. Jika tingkat pendapatan responden semakin besar maka peluang WTP otomatis akan mengalami kenaikan. Tingkat pendapatan sangat mempengaruhi kesediaan seseorang dalam membayar

lebih untuk perbaikan kualitas lingkungan suatu objek wisata. Responden dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung akan bersedia mengeluarkan biaya tambahan untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Benteng Pendem agar lebih baik lagi. Dalam variabel pendapatan ini merupakan penghasilan atau gaji responden yang diterima tiap bulan, untuk pelajar atau mahasiswa, pendapatan merupakan uang saku prbulan, sedangkan untuk ibu rumah tangga pendapatan meruakan total pengeluaran konsumsi tiap bulan yang dinyatakan dalam Rupiah.

Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana maupun fasilitasnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh 100 responden dapat diketahui 4 % responden berpendapatan Rp 0 sampai dengan Rp 500.000,00. Responden berpendapatan Rp 600.000,00 sampai dengan Rp 1.000.000,00 sebesar 20% dan 65 % responden berpendapatan sebesar Rp1.000.000,00 sampai dengan Rp 4.000.000,00 dan responden yang berpendapatan lebih dari Rp 4.000.000,00 sebanyak 11%.

Hasil ini berbeda dengan penelitian Sasmi (2016) yang menjelaskan bahwa tingkat pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas lingkungan Objek Wisata Pantai Goa Cemara. Hal ini disebabkan bahwa variabel tingkat pendapatan tidak mempunyai pengaruh dengan kesediaan seseorang dalam membayar WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas suatu objek wisata, karena sudah semestinya biaya pengembangan dan perbaikan ditanggung oleh pemerintah atau instansi terkait, jangan ditanggung lagi kepada masyarakat atau pada variabel tingkat pendapatan tidak mampu mencerminkan kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata.

Pengaruh Tingkat Pendidikan dengan *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Muazinnah (2013) tentang pengaruh variabel pendidikan terhadap *Willingness To Pay* Kualitas udara bersih di Kota Banda Aceh, dengan menggunakan metode CVM. Data yang dipakai merupakan data primer yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara langsung kepada responden. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan variabel jenis kelamin, usia, jumlah kendaraan tidak signifikan sedangkan variabel pendapatan dan tingkat pendidikan signifikan terhadap kesediaan masyarakat untuk membayar kualitas udara bersih di Kota

Banda Aceh, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin tinggi pula kesediaan membayar untuk terribusi masuk Benteng Pendem. Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi seseorang dalam hal kesediaan untuk memberikan nilai WTP. Hal ini disebabkan dengan tingginya tingkat pendidikan seseorang maka pola pikir akan semakin luas dan tingkat pengetahuan akan manfaat adanya perbaikan kualitas lingkungan juga semakin baik. Pendidikan yang tinggi akan tercipta suatu pemikiran yang lebih matang akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, sehingga menghasilkan perubahan lingkungan yang lebih baik terhadap lingkungan alam sekitar.

Berdasarkan data primer yang sudah diolah menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem. Jika tingkat pendidikan responden semakin tinggi maka peluang *Willingness To Pay* (WTP) akan mengalami kenaikan. Hal ini disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka pola pikir akan semakin luas dan tingkat kesadaran akan manfaat adanya perbaikan kualitas lingkungan suatu objek wisata juga semakin baik. Variabel tingkat pendidikan adalah lamanya pendidikan formal yang pernah ditempuh seseorang yang dinyatakan dalam satuan tahun.

Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana maupun fasilitasnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebanyak 100 responden dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir responden yang paling mendominasi adalah lulusan SMA yaitu sebesar 49 orang , untuk lulusan Perguruan Tinggi sebesar 32 orang, untuk lulusan SMP sebesar 17 orang dan yang terakhir untuk lulusan SD sebesar 2 orang.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Pantari (2016) tentang variabel pendidikan terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata Tebing Breksi. Hal ini disebabkan karena fenomena yang terjadi saat ini rata-rata lama pendidikan pengunjung Tebing Breksi adalah 16 tahun, yang mana mereka sudah sadar akan pentingnya kelestarian dan perbaikan objek wisata agar lebih baik untuk kedepannya atau pada variabel tingkat pendidikan tidak mampu mencerminkan kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata.

Pengaruh Jarak terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Berdasarkan data primer yang sudah diolah menunjukkan bahwa variabel jarak memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem pengunjung objek wisata Benteng Pendem. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tujuan seseorang ke objek wisata adalah untuk refreshing sehingga tidak menjadi masalah ketika seseorang harus menempuh jarak yang cukup jauh untuk bisa sampai ke tempat objek wisata tersebut dan bersedia membayar *Willingness To Pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan agar semakin baik. Variabel jarak merupakan jarak rumah seseorang menuju tempat wisata yang dinyatakan dalam kilometer (km).

Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana maupun fasilitasnya. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh 100 responden jarak dari rumah responden menuju objek wisata Benteng Pendem dengan presentase terbanyak sebesar 94 orang sejauh 1-10 km. Jarak responden dengan objek wisata sebesar 3 orang sejauh 11-20 km, kemudian jarak responden dengan objek wisata sebesar 2 orang sejauh 21-30 km, dan presentase terkecil 1 orang dengan jarak lebih dari 30 km menuju objek wisata

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmawati (2014) menjelaskan bahwa variabel jarak tidak berpengaruh terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas Wisata Air Sungai Pleret Kota Semarang. Dengan menggunakan metode CVM, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel jarak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap WTP pengunjung untuk perbaikan kualitas Wisata Air Sungai Pleret Kota Semarang, hal ini disebabkan karena semakin jauh jarak seseorang dalam menempuh menuju lokasi wisata semakin seseorang tidak bersedia dalam membayar WTP untuk perbaikan dan pengembangan suatu objek wisata atau Hal ini disebabkan bahwa variabel jarak tidak mampu mencerminkan kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata.

Hasil ini berbeda juga dengan penelitian Rosalina (2014) tentang pengaruh jarak terhadap *Willingness To Pay* perbaikan kualitas udara Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode CVM, dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuisisioner dan wawancara langsung terhadap responden. Berdasarkan hasil penelitian tingkat pendapatan dan biaya kesehatan berpengaruh signifikan terhadap WTP, sedangkan pada variabel faktor usia, dan jarak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap WTP untuk perbaikan kualitas udara Kota Semarang. Hal ini disebabkan bahwa variabel jarak tidak mampu mencerminkan

kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata.

Pengaruh Status Pernikahan terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Berdasarkan data primer yang sudah diolah menunjukkan bahwa status pernikahan memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem. Hal ini dapat disimpulkan bahwa status pernikahan menjadi penentu seseorang dalam melakukan kegiatan wisata, sehingga seseorang dengan status menikah ataupun yang belum menikah tetap bisa melakukan kegiatan wisata sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya dan bersedia membayar *Willingness To Pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan agar semakin baik. Variabel status pernikahan merupakan status yang dimiliki seseorang apakah memiliki/pernah memiliki ikatan pernikahan, baik secara formal negara, agama atau adat. Dalam penelitian ini nilai variabel *dummy* SP adalah 1 jika “sudah menikah” dan 0 jika “belum menikah”. Rata-rata responden dalam penelitian ini adalah responden yang sudah menikah sebanyak 69 orang dan yang belum menikah sebanyak 31 orang. Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana maupun fasilitasnya.

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kumala Latifah Sari (2017) menjelaskan bahwa status pernikahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan lingkungan Objek Wisata Umbul Ponggok. Dengan menggunakan metode CVM, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel status pernikahan memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap WTP dalam pengembangan dan perbaikan lingkungan objek wisata Umbul Ponggok. Hal ini disebabkan karena status pernikahan bukanlah penentu seseorang bersedia dalam membayar WTP untuk perbaikan dan pengembangan suatu objek wisata atau variabel status pernikahan tidak mampu mencerminkan kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata.

Pengaruh Jenis Kelamin terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Berdasarkan data primer yang sudah diolah menunjukkan bahwa jenis kelamin memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata

Benteng Pendem. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin menjadi penentu seseorang dalam melakukan kegiatan wisata, sehingga baik laki-laki ataupun perempuan tetap bisa melakukan kegiatan wisata sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya bersedia membayar *Willingness To Pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan agar semakin baik. Variabel jenis kelamin merupakan gender seseorang yaitu laki-laki dan perempuan, nilai variabel *dummy* JK adalah 1 jika “laki-laki” dan 0 jika “perempuan”. Rata-rata responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 61 orang dan laki-laki sebanyak 39 orang. Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana maupun fasilitasnya.

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauziah (2017) menjelaskan bahwa jenis kelamin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas Objek Wisata Waduk Sermo. Penelitian ini menggunakan metode CVM, dengan menggunakan data primer yang didapatkan melalui kuisioner dan wawancara langsung terhadap responden objek wisata Waduk Sermo. Menurut hasil penelitian didapatkan bahwa variabel jenis kelamin memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap WTP pengunjung untuk perbaikan kualitas Objek Wisata Waduk Sermo. Hal ini disebabkan bahwa variabel jenis kelamin tidak mampu mencerminkan kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata.

Pengaruh Umur terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Rosalina (2014) tentang pengaruh umur terhadap *Willingness To Pay* perbaikan kualitas udara Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode CVM, dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuisioner dan wawancara langsung terhadap responden. Berdasarkan hasil penelitian tingkat pendapatan dan biaya kesehatan berpengaruh signifikan terhadap WTP, sedangkan pada variabel faktor usia, dan jarak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap WTP untuk perbaikan kualitas udara Kota Semarang. Hal ini disebabkan bahwa semakin bertambahnya umur maka akan bertambah tinggi tingkat kedewasaannya serta kesadaran pentingnya melestarikan lingkungan objek wisata dan semakin tinggi pula tingkat kepedulian terhadap lingkungan agar tetap terjaga.

Berdasarkan data primer yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel umur tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem, hal ini disebabkan bahwa variabel usia tidak mampu mencerminkan kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata. Sedangkan pada nilai koefisien memiliki tanda positif terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata benteng pendem. Hasil koefisien variabel umur menunjukkan positif, dikarenakan semakin bertambahnya umur maka akan bertambah tinggi tingkat kedewasaannya serta kesadaran pentingnya melestarikan lingkungan objek wisata dan semakin tinggi pula tingkat kepedulian terhadap lingkungan agar tetap terjaga. Variabel umur merupakan satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan benda atau makhluk hidup. Usia dalam penelitian ini yang dimaksud adalah usia pengunjung objek wisata Benteng Pendem. Berdasarkan penelitian diperoleh 100 responden dilakukan dengan menggunakan kuisioner, dan didapatkan usia responden terbanyak pada usia 20-30 tahun dengan presentase 44 orang kemudian di susul oleh responden usia 31-40 tahun dengan presentase sebesar 31 orang. Responden yang berusia kurang dari 20 tahun dengan presentase sebesar 3 orang, kemudian usia responden dengan usia 41-50 tahun dengan presentase sebesar 14 orang dan usia responden terakhir yang memiliki usia lebih dari 50 tahun dengan presentase sebesar 8 orang.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nugroho (2013) yang menjelaskan bahwa variabel umur berpengaruh signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas Lingkungan Desa Wisata. Hal ini disebabkan karena semakin bertambahnya umur maka akan bertambah tinggi tingkat kedewasaannya serta kesadaran pentingnya melestarikan lingkungan objek wisata dan semakin tinggi pula tingkat kepedulian terhadap lingkungan agar tetap terjaga.

Pengaruh Frekuensi Kunjungan terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Akbar (2018) tentang *willingness to pay* pengembangan dan perbaikan kualitas desa wisata. Penelitian ini menggunakan metode CVM, dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuisioner dan wawancara langsung terhadap responden. Menurut hasil penelitian variabel frekuensi kunjungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap WTP pengembangan dan perbaikan kualitas desa wisata. Hal ini disebabkan

bahwa jumlah frekuensi kunjungan bukanlah penentu kesediaan seseorang dalam membayar WTP suatu objek wisata.

Berdasarkan data primer yang telah diolah menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng, hal ini disebabkan bahwa variabel frekuensi kunjungan tidak mampu mencerminkan kepedulian responden terdorong untuk bersedia membayar untuk perbaikan dan pengembangan kualitas suatu objek wisata. Sedangkan berdasarkan nilai koefisien memiliki tanda positif terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata benteng pendem. Hasil koefisien frekuensi kunjungan menunjukkan nilai positif, hal tersebut dikarenakan semakin tingginya frekuensi kunjungan responden terhadap suatu objek wisata, maka akan besar pula nilai *Willingness To Pay* yang diberikan. Semakin sering seseorang berkunjung maka akan dapat menilai perkembangan yang ada di objek wisata tersebut. Variabel frekuensi kunjungan tidak berpengaruh signifikan dikarenakan rata-rata pengunjung objek wisata Benteng Pendem ini didominasi oleh pengunjung dari luar daerah yang mana baru pertama kali berkunjung ke objek wisata Benteng Pendem ini. Variabel frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauziah (2017) dikarenakan fenomena yang terjadi sekarang ini wisatawan akan memilih objek wisata yang baru dan yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Objek wisata baru yang belum pernah dikunjungi akan menarik para wisatawan karena terbilang baru dan sudah terkenal. Oleh karena itu para wisatawan akan memilih objek wisata yang belum pernah dikunjungi sebelumnya dibanding objek wisata yang sudah dikunjungi sebelumnya.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: **(1)** Nilai total WTP untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem adalah sebesar 0,81 atau 81% dimana variabel WTP merupakan variabel *dummy* yang menjelaskan bahwa 0 adalah tidak, sedangkan 1 adalah ya. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak sebaran 100 responden didominasi oleh responden yang bersedia menyisihkan uangnya untuk harga retribusi objek wisata Benteng Pendem sebesar Rp 8.500,00 yang diperoleh melalui metode tawar-menawar (*Bidding Game*), metode ini merupakan metode penawaran kepada responden dengan penawaran nilai tertentu yang ditawarkan mulai dari nilai terkecil hingga nilai terbesar yang sanggup

dibayarkan oleh responden. Dalam penelitian ini jumlah responden yang dijadikan sebagai sampel untuk menentukan besarnya nilai WTP sebanyak 15 responden. Dari total nilai yang bersedia dibayarkan 15 responden didapatkan hasil bahwa rata-rata responden bersedia untuk membayar biaya perbaikan kualitas lingkungan Benteng Pendem sebesar Rp 8.500,00. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh 100 responden di dapatkan hasil 81 % responden bersedia membayar retribusi masuk untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem sebesar Rp8.500,00 dan 19 % responden tidak bersedia membayar retribusi masuk objek wisata. Alasan responden yang bersedia membayar karena tidak masalah apabila tujuannya untuk pengembangan dan perbaikan objek wisata dan bisa juga untuk penambahan fasilitas yang belum tersedia dan yang belum memadai, sedangkan alasan responden yang tidak bersedia karena itu sudah menjadi tanggung jawab pengelola atau pemerintah dalam memperbaiki kualitas suatu objek wisata dan jangan membebankan lagi kepada para pengunjung. (2) Variabel tingkat pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem. Dengan asumsi *ceteris paribus* yaitu faktor lain yang tidak digunakan dianggap konstan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin tinggi pula kesediaan membayar untuk retribusi masuk Benteng Pendem. Tingkat pendapatan sangat mempengaruhi seseorang dalam hal kesediaan untuk memberikan nilai WTP. Hal ini disebabkan dengan tingginya pendapatan wisatawan akan rela mengeluarkan uang lebih untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata. Diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana dan fasilitas. (3) Tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem. Artinya jika tingkat pendidikan responden semakin tinggi maka peluang memberikan nilai WTP akan mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan karena semakin tingginya pendidikan seseorang maka pola pikir akan semakin luas dan tingkat kesadaran akan manfaat adanya perbaikan kualitas lingkungan suatu objek wisata juga semakin baik maka akan bersedia mengeluarkan biaya tambahan untuk perbaikan kualitas lingkungan Benteng Pendem. Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana dan fasilitas. (4) Jenis kelamin memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin menjadi penentu seseorang dalam melakukan kegiatan wisata,

sehingga baik laki-laki maupun perempuan tetap bisa melakukan kegiatan wisata sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya dan bersedia mengeluarkan biaya tambahan untuk perbaikan kualitas lingkungan Benteng Pendem. Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana dan fasilitas. **(5)** Status pernikahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem. Hal ini dapat disimpulkan bahwa status pernikahan menjadi penentu seseorang dalam melakukan kegiatan wisata, sehingga seseorang dengan status menikah ataupun yang belum menikah tetap bisa melakukan kegiatan wisata sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya dan bersedia mengeluarkan biaya tambahan untuk perbaikan kualitas lingkungan Benteng Pendem. Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana dan fasilitas. **(6)** Variabel jarak memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap *Willingness To Pay* pengunjung objek wisata Benteng Pendem. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tujuan seseorang ke objek wisata adalah untuk refreshing sehingga tidak menjadi masalah ketika seseorang harus menempuh jarak yang cukup jauh untuk bisa sampai ke tempat objek wisata tersebut dan bersedia mengeluarkan biaya tambahan untuk perbaikan kualitas lingkungan Benteng Pendem. Dari kesediaan masyarakat dalam membayar wtp diharapkan objek wisata Benteng Pendem dapat lebih baik lagi kedepannya baik dari segi sarana prasarana dan fasilitas. **(7)** Variabel umur tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem, akan tetapi memiliki koefisien positif terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata benteng pendem. Hal ini disebabkan bahwa umur seseorang yang semakin dewasa sudah semestinya sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Berdasarkan hasil koefisien variabel umur menunjukkan positif, dikarenakan semakin bertambahnya umur maka akan bertambah tinggi tingkat kedewasaannya serta kesadaran pentingnya melestarikan lingkungan objek wisata dan semakin tinggi pula tingkat kepedulian terhadap lingkungan agar tetap terjaga. Dengan kesediaan masyarakat dalam membayar wtp otomatis kualitas lingkungan suatu objek wisata juga akan meningkat dengan sendirinya. **(8)** Frekuensi kunjungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Benteng Pendem. Hal ini dapat disebabkan jika seseorang berkunjung ke suatu objek wisata yang baru pertama kali mereka kunjungi biasanya mereka hanya berkunjung

sekali saja, kecuali objek wisata yang mereka kunjungi menarik bagi mereka. Berdasarkan nilai koefisien memiliki tanda positif terhadap *Willingness To Pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Benteng Pendem. Hasil koefisien frekuensi kunjungan menunjukkan nilai positif, dikarenakan semakin tingginya frekuensi kunjungan responden terhadap suatu objek wisata, maka otomatis akan besar pula nilai *Willingness To Pay* yang diberikan. Semakin seringnya pengunjung berkunjung ke suatu objek wisata maka akan dapat menilai perkembangan yang ada di objek wisata tersebut

Saran

Dari berbagai kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran guna pengembangan objek wisata Benteng Pendem di Kabupaten Cilacap diantaranya sebagai berikut : **(1)** Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata responden didominasi oleh responden yang bersedia membayar lebih tarif retribusi tiket masuk objek wisata. Dengan demikian, diharapkan agar pengelola objek wisata dapat mengembangkan dan meningkatkan lagi kualitas objek wisata dari segi kebersihan dan penyediaan fasilitas dsb. **(2)** Pada variabel tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terkait. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola dalam hal perbaikan kualitas yang disediakan untuk pengunjung dengan pendapatan lebih tinggi sehingga pengunjung akan rela membayar lebih dalam kualitas objek wisata yang lebih baik. **(3)** Pada variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terkait. Hal ini dapat dijadikan masukan untuk pengelola untuk menambah fasilitas yang disediakan untuk pengunjung tidak hanya untuk rekreasi tetapi juga dapat menambah pengetahuan bagi pengunjung. Dengan begitu akan menambah minat pengunjung untuk datang ke objek wisata Benteng Pendem. **(4)** Pengelola harus lebih memperhatikan masalah kebersihan lingkungan objek wisata dan perbaikan fasilitas yang ada, sehingga akan membuat pengunjung nyaman ketika berkunjung dan membuat pengunjung lain tertarik mengunjungi objek wisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap .2011-2016. *Laporan banyaknya Pengunjung Obyek Wisata di Kabupaten Cilacap, Tahun 2011-2016*. Diakses dari <https://cilacapkab.bps.go.id/subject/16/pariwisata-tourism.html#subjekViewTab3> pada tanggal 3 April 2019 pukul 14.20 WIB.
- Basuki, A.T. & Yuliadi,I. 2014. *Elektronik data prosesing (SPSS 15 dan Eviews 7)*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Decker,K,A. dan Watson,P. 2016. “*Estimating Willingness To Pay For A Threatened Species Within A Threatened Ecosystem*”. *Journal of Environmental Planning and Management*, volume 60, 27 october 2016, pages 1347-1365.

- Emmalia,Z. dan Huntari,D. 2016, “Willingness to Pay Masyarakat Terhadap Penggunaan Jasa Pengolahan Sampah “. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif terapan*.
- Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fauzi, A. 2006. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Cetakan kedua. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hensher,D. dan Chen,K. 2013, “*Freeway Drivers Willingness To Pay For Speeding Fines*”. *The International Journal of Transportation Research*, volume 6, 6 december 2013, pages 14-22.
- Ikhsan dan Syahrifal,B. 2014, “Willingness to Pay Masyarakat untuk melindungi Terumbu Karang di Pulau WEH” . *Jurnal Kebangsaan*.
- Kabango,A,N. dan Pham,T,D. 2018, “*Vietnamese Consumers’ Willingness To Pay for Safe Pork in Hanoi*”. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*
- Mohamed,Z. dan Shamsudin,M. 2013, “*Consumer Willingness To Pay For Green Food in Malaysia*”. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, volume 25, 15 october 2013, pages 1-18.
- Muazinnah dan Aidar,N. 2017, “Willingness to Pay Kualitas Udara Bersih di kota Banda Aceh “. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* .
- Ningrum,C.H. 2017, “Analilis Willingness to Pay Pengguna Hippam Canggar terhadap Mata Air Gemulo”. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*.
- Objek Wisata Benteng Pendem diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Benteng_Pendem_Cilacap pada tanggal 1 April 2019 pukul 13.15 WIB.
- Prasetyo,N.J. dan Saptutyingsih,E. 2013, “Bagaimana Kesiediaan untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata”. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Erry,F,Irham., Suryantini,A. dan Jamhari. 2011, “Kesiediaan Membayar Petani Kopi untuk Perbaikan Lingkungan”. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Rahmawati. 2014, “Analisis Willingness To Pay Wisata Air Sungai Pleret Kota Semarang”. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Ramke,J., Palagyi,A dan Bria,G. 2009, “*Stated and Actual Willingness To Pay For Spectacles in Timor Leste*”. *The International Journal of Ophthalmic Epidemiologi*, volume 16, 29 october 2009, pages 224-230.
- Rosalina dan Evi. 2014 , “Penilaian Willingness To Pay Perbaikan Kualitas Udara Menggunakan Contingent Valuation Method”. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Spillane J.J, 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta, Kanisius, 150 halaman.
- Sugiyono.2004. *Metode Penelitian Bisnis* :Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Yakin, A. 1997. *Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan*. Akademi Presindo, Jakarta.
- Yulia, F.2013, “Determinan Willingness to Pay Masyarakat Desa Glagaharjo Upaya Pelestarian Lingkungan”.