

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Pengertian Pariwisata menurut Spillane (1991) adalah perjalanan yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Jika fasilitas serta layanan yang dibeikan kepada pengunjung baik maka akan lebih banyak pengunjung yang datang ke objek wisata tersebut. Dengan kata lain, hal ini akan menghasilkan devisa yang tidak sedikit baik untuk nasional maupun daerah selain sektor migas.

2. Jenis-jenis Pariwisata

Setiap daerah memiliki jenis potensi pariwisata yang berbeda-beda, maka muncul berbagai bentuk dan jenis pariwisata yang digunakan untuk keperluan perencanaan dan pengembangan pariwisata daerah. Berikut ini jenis-jenis pariwisata menurut Spilanne (1991):

- a) Pariwisata yang bertujuan untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan rumahnya untuk tujuan berlibur, mencari udara segar yang baru, serta untuk melihat sesuatu yang baru dan untuk menikmati keindahan alam, atau bahkan untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota.

- b) Pariwisata yang bertujuan untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang ingin memanfaatkan hari liburnya untuk berwisata, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya serta ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

- c) Pariwisata yang bertujuan untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang karena adanya keinginan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat di daerah tertentu, selain itu untuk mengunjungi peninggalan-peninggalan yang ada pada masa lalu seperti pusat-pusat kesenian dan keagamaan atau mengikuti festival seni musik, teater, dan tarian daerah.

- d) Pariwisata yang bertujuan untuk olahraga (*Sport Tourism*)

Pariwisata ini dibagi menjadi 2 kategori, yaitu pertama *Big Sport Event* merupakan jenis olahraga yang dilakukan karena adanya peristiwa olahraga besar seperti *Olimpiade*

Games, World Cup, dan lain-lain. Kedua adalah *Sporting Tourism of The Practioner*, adalah jenis olahraga bagi yang ingin berlatih dan mempraktekannya, seperti pendaki gunung, berkuda, dan lain-lain.

e) Pariwisata yang bertujuan untuk urusan usaha (*Business Tourism*)

Pariwisata yang bertujuan untuk usaha atau bisa disebut perjalanan usaha karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanannya.

f) Pariwisata yang bertujuan untuk berkonveksi

Pariwisata konveksi sering dihadiri oleh ratusan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal atau menetap beberapa hari di kota atau negara penyelenggaraan.

3. Teori Barang Publik

Barang publik merupakan barang yang jika di produksi, produsen tidak mampu untuk mengendalikan siapa yang berhak mendapatkannya. Barang publik dikategorikan menjadi 2, yaitu:

a. Barang Publik Murni, barang ini pengadaannya murni dibiayai oleh pajak. Terdapat 4 karakteristik barang publik murni, yaitu:

- 1) *Nonrivalry in consumptio*, merupakan konsumsi umum sehingga konsumen tidak bersaing dalam mengkonsumsinya.
- 2) *Nonexclusive*, penyediaan barang publik murni tidak hanya ditujukan bagi seseorang dan mengabaikan yang lain

sehingga tidak eksklusif antara individu maupun masyarakat, karena semua orang memiliki hak yang sama untuk mengkonsumsinya.

- 3) *Low excludability*, bagi penyedia atau konsumen suatu barang tidak dapat menghalangi orang lain untuk menggunakan atau memperoleh manfaat dari barang publik tersebut.
- 4) *Low competitive*, antar penyedia barang publik tidak bersaing secara ketat, hal ini karena keberadaan barang ini tersedia dalam jumlah maupun kualitas yang sama.
- 5) Barang Semi Publik, merupakan barang atau jasa kebutuhan masyarakat yang manfaatnya dapat dinikmati seluruh masyarakat, namun apabila dikonsumsi oleh individu tertentu akan mengurangi konsumsi orang lainnya akan konsumsi barang tersebut. Barang semi publik ini bersifat *Non Excludable*, yang berarti penyedia atau konsumen barang atau pelayanan publik ini tidak bisa menghalangi orang lain untuk menggunakan barang tersebut, meskipun konsumsi seseorang akan mengurangi keberadaan barang atau jasa tersebut. Contoh dari barang publik adalah penyedia pelayanan kesehatan. Penyedia barang atau jasa ini sebagian dapat dibiayai oleh sektor publik dan sebagian lainnya dibiayai oleh sektor privat.

4. Konsep *Willingness To Pay*

Willingness To Pay (WTP) merupakan kesediaan individu untuk membayar terhadap suatu kondisi lingkungan atau penilaian terhadap sumberdaya alam dan jasa alami dalam rangka memperbaiki kualitas suatu lingkungan. WTP dihitung seberapa jauh kemampuan setiap individu untuk membayar atau mengeluarkan uang dalam rangka memperbaiki kondisi lingkungan agar sesuai dengan standar yang diinginkan. Beberapa pendekatan yang digunakan dalam WTP untuk menghitung peningkatan atau kemunduran kondisi lingkungan adalah:

- a) Menghitung biaya yang bersedia dikeluarkan oleh individu untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan karena adanya suatu kegiatan pembangunan.
- b) Menghitung pengurangan nilai atau harga dari suatu barang akibat semakin menurunnya kualitas lingkungan.
- c) Melalui suatu survei untuk menentukan tingkat kesediaan individu untuk membayar dalam rangka mengurangi dampak negatif pada lingkungan atau untuk mendapatkan lingkungan yang lebih baik.

5. Definisi Pembayaran Jasa Lingkungan

Jasa lingkungan adalah produk sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya berupa manfaat langsung (*tangible*) dan manfaat tidak langsung (*intangible*) yang meliputi antara lain jasa wisata alam/rekreasi, jasa perlindungan tata air/hidrologi, kesuburan tanah, pengendalian erosi dan banjir, keindahan, keunikan, keanekaragaman hayati, penyerapan dan penyimpanan karbon.

Jasa lingkungan yang ada saat ini suatu saat nanti akan mengalami penurunan kualitas. Salah satu instrumen ekonomi yang dapat mengatasi penurunan kualitas lingkungan dalam penelitian ini adalah pembayaran jasa lingkungan. Pembayaran jasa lingkungan adalah suatu transaksi sukarela yang menggambarkan suatu jasa lingkungan yang perlu dilestarikan dengan cara memberikan nilai oleh penerima manfaat kepada penerima manfaat jasa lingkungan.

- Fungsi Jasa Lingkungan

Suatu ekosistem menyediakan suatu jasa lingkungan yang memiliki empat fungsi penting yaitu:

1. Jasa penyediaan (*provising services*), jasa penyediaan yang dimaksud disini adalah penyediaan sumber daya alam berupa sumber bahan makanan, obat-obatan alamiah, sumber daya genetik, kayu bakar, serat, air, mineral dan lain-lain.

2. Jasa pengaturan (*regulating services*), jasa pengaturan yang dimaksud disini adalah jasa lingkungan memiliki fungsi menjaga kualitas udara, pengaturan iklim, pengaturan air, pengontrol erosi, pengaturan untuk menjernihkan air, pengaturan pengelolaan sampah, pengaturan untuk mengontrol penyakit, pengaturan untuk mengurangi resiko yang menghambat perbaikan kualitas lingkungan dan lain-lain.
3. Jasa kultural (*cultural services*), jasa cultural yang dimaksud disini adalah jasa lingkungan sebagai identitas dan keragaman budaya, nilai-nilai religius dan spiritual, pengetahuan, inspirasi, nilai estetika, hubungan sosial, rekreasi, dan lain-lain.
4. Jasa pendukung (*supporting services*), jasa pendukung yang dimaksud disini adalah jasa lingkungan sebagai produksi utama yang memproduksi oksigen. Produk jasa lingkungan hutan atau kawasan konservasi umumnya dibagi dalam 4 (empat) kategori berupa :
 - a) Penyerap dan penyimpanan karbon (*carbon sequestration and storage*)
 - b) Perlindungan keanekaragaman hayati (*biodiversity protection*)

- c) Perlindungan daerah aliran sungai (*watershed protection*)
- d) Keindahan bentang alam (*landscape beauty*)

Terkait dengan pemanfaatan air, hutan memberikan jasa lingkungan berupa memperbaiki kualitas air dengan mengurangi sedimentasi dan erosi, mengatur aliran dan *supply* air melalui kemampuan penyerapan, mengisi air bawah tanah dan menyimpannya, mencegah dan mengurangi bencana akibat air seperti banjir, menahan air hujan pada sistem pengakaran selama musim hujan dan secara perlahan melepaskan air selama musim kemarau.

6. Konsep *Contingent Valuation Method* (CVM)

Contingent Valuation Method (CVM) adalah metode teknik survei untuk menanyakan kepada penduduk tentang nilai atau harga yang mereka berikan terhadap komoditi yang tidak memiliki pasar seperti barang lingkungan. CVM menggunakan pendekatan secara langsung yang pada dasarnya menanyakan kepada masyarakat berapa besarnya *Willingness to Pay* (WTP) untuk manfaat tambahan dan/atau berapa besarnya *Willingness to Accept* (WTA) sebagai kompensasi dari kerusakan barang lingkungan. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan WTP. Tujuan dari CVM adalah untuk menghitung nilai atau penawaran yang mendekati dari barang-barang lingkungan jika pasar dari barang-barang tersebut benar-benar ada.

Oleh karena itu, pasar hipotetik (kuisisioner dan responden) harus sebisa mungkin mendekati kondisi pasar yang sebenarnya. Responden harus mengenal dengan baik komoditas yang ditanyakan dalam kuisisioner. Responden juga harus mengenal alat hipotetik yang digunakan untuk pembayaran.

- **Kelebihan *Contingent Valuation Method***

- a. Dapat diaplikasikan pada semua kondisi dan memiliki dua hal penting yaitu seringkali menjadi satu-satunya teknik untuk mengestimasi manfaat dan dapat diaplikasikan pada berbagai konteks kebijakan lingkungan.
- b. Dapat digunakan dalam berbagai macam penilaian barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat.
- c. Dibandingkan dengan teknik penilaian lingkungan lainnya, CVM memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai non-pengguna. Dengan CVM, seseorang mungkin dapat mengukur utilitas dari penggunaan barang lingkungan bahkan jika tidak digunakan secara langsung.
- d. Meskipun teknik dalam CVM membutuhkan analisis yang kompeten, namun hasil dari penelitian menggunakan metode ini tidak sulit untuk dianalisis dan dijabarkan.

- **Kelemahan *Contingent Valuation Method***

- 1) Bias Strategi (*Strategic Bias*)

Adanya responden yang memberikan suatu nilai WTP yang relatif kecil karena alasan bahwa ada responden lain yang akan membayar upaya peningkatan kualitas lingkungan dengan harga yang lebih tinggi kemungkinan dapat terjadi. Alternatif untuk mengurangi bias strategi ini adalah melalui penjelasan bahwa semua orang akan membayar nilai tawaran rata-rata atau penekanan sifat hipotetis dari perlakuan. Hal ini akan mendorong responden untuk memberikan nilai WTP yang benar. Mitchell dan Carson (1989) diacu *dalam* Hanley dan Spash (1993) menyarankan empat langkah untuk meminimalkan bias strategi yaitu:

- 1) Menghilangkan seluruh pencilan (*outliner*)
 - 2) Penekanan bahwa pembayaran oleh responden adalah dapat dijamin
 - 3) Menyembunyikan nilai tawaran responden lain
 - 4) Membuat perubahan lingkungan bergantung pada nilai tawaran
- 2) Bias Rancangan (*Design Bias*)

Rancangan studi CVM mencakup cara informasi yang disajikan, instruksi yang diberikan, format pertanyaan, dan jumlah serta tipe informasi yang disajikan kepada responden. Beberapa hal dalam rancangan survei yang dapat mempengaruhi responden adalah:

- a) Pemilihan jenis tawaran (*bid vehicle*). Jenis tawaran yang diberikan dapat mempengaruhi nilai-nilai rata-rata tawaran.
- b) Bias titik awal (*starting point bias*). Pada metode *bidding game*, titik awal yang diberikan kepada responden dapat mempengaruhi nilai tawaran (*bid*) yang ditawarkan. Hal ini dapat dikarenakan responden yang ditanyai merasa kurang sabar (ingin cepat selesai) atau karena titik awal yang mengemukakan besarnya nilai tawaran adalah tepat dengan selera responden (disukai responden karena responden tidak memiliki pengalaman tentang nilai perdagangan benda lingkungan yang dipermasalahkan).
- c) Sifat informasi yang ditawarkan (*nature of information provided*). Dalam sebuah pasar hipotesis, responden mengkombinasikan informasi benda lingkungan yang diberikan kepadanya dan bagaimana pasar akan bekerja. Tanggapan responden dapat dipengaruhi oleh pasar hipotesis maupun komoditas spesifik yang diinformasikan pada saat survei.

3) Bias yang Berhubungan dengan Kondisi Kejiwaan Responden (*Mental Account Bias*).

Bias ini terkait dengan langkah proses pembuatan keputusan seseorang individu dalam memutuskan seberapa besar pendapatan, kekayaan, dan waktu yang dapat dihabiskan untuk lingkungan tertentu pada periode waktu tertentu.

4) Kesalahan Pasar Hipotetik (*Hypotetical Market Error*)

Kesalahan pasar hipotetik terjadi jika fakta yang ditanyakan kepada responden di dalam pasar hipotetik membuat tanggapan responden berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga nilai WTP yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai yang sesungguhnya. Hal ini dikarenakan studi CVM tidak berhadapan dengan perdagangan aktual, melainkan suatu perdagangan atau pasar yang murni hipotetik yang didapatkan dari pertemuan antara kondisi psikologi dan sosiologi perilaku. Terjadinya bias pasar hipotetik bergantung pada:

- a) Bagaimana pertanyaan disampaikan ketika melaksanakan survei.
- b) Seberapa realistis responden merasakan pasar hipotetik akan terjadi.
- c) Bagaimana format WTP yang digunakan.

Solusi untuk menghilangkan bias ini salah satunya yaitu desain dari alat survei sedemikian rupa sehingga maksimisasi realitas dari situasi yang akan diuji dan melakukan pengulangan kembali untuk kekonsistenan dari responden.

- **Tahapan Studi *Contingent Valuation Method***

Beberapa tahap dalam penerapan analisis CVM, yaitu:

1. Membuat Pasar Hipotetik (*Setting Up the Hypothetical Market*).

Tahap awal dalam menjalankan CVM adalah membuat pasar hipotetik dan pertanyaan mengenai nilai barang/jasa lingkungan. Pasar hipotetik tersebut membangun suatu alasan mengapa masyarakat seharusnya membayar terhadap suatu barang/jasa lingkungan dimana tidak terdapat nilai dalam mata uang berapa harga barang/jasa lingkungan tersebut. Dalam pasar hipotetik harus menggambarkan bagaimana mekanisme pembayaran yang dilakukan.

Skenario kegiatan harus diuraikan secara jelas dalam kuisisioner sehingga responden dapat memahami barang lingkungan yang dipertanyakan serta keterlibatan masyarakat dalam rencana kegiatan. Selain itu, di dalam kuisisioner juga perlu dijelaskan perubahan

yang akan terjadi jika terdapat keinginan masyarakat membayar.

2. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP (*Obtaining Bids*).

Setelah kuisisioner selesai di buat, maka dilakukan kegiatan pengambilan sampel. Hal ini dapat dilakukan melalui wawancara dengan tatap muka, dengan perantara telepon, atau surat. Wawancara dengan telepon telah menjadi pilihan terakhir mengingat pengumpulan informasi mengenai suatu barang lewat telepon tergolong cukup sulit, terkait dengan keterbatasan waktu. Wawancara dengan surat cukup sering dilakukan tetapi sering mengalami bias dalam bentuk tidak mendapat tanggapan (*non-response bias*) atau tingkat tanggapan yang rendah (*low-response rates*). Wawancara menggunakan petugas yang terlatih memungkinkan cakupan untuk pertanyaan dan jawaban secara lebih rinci tetapi tidak menutup kemungkinan bias yang dilakukan oleh petugas tersebut.

3. Memperkirakan Nilai Rata-Rata WTP (*Calculating Avarage WTP*).

Setelah data mengenai nilai WTP terkumpul, tahap selanjutnya adalah nilai tengah (*median*) dan nilai rata-

rata (*mean*) dari WTP tersebut. Nilai tengah digunakan apabila terjadi rentang nilai penawaran yang terlalu jauh, misalnya dari 25 responden, 24 responden, memiliki nilai penawaran sebesar Rp. 10.000,00 tetapi ada satu responden yang memiliki nilai penawaran sebesar Rp. 1.000.000,00. Jika penghitungan nilai penawaran menggunakan rata-rata, maka akan diperoleh nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya. Oleh karena itu digunakan nilai tengah karena nilai tengah tidak dipengaruhi oleh rentang penawaran yang cukup besar. Nilai tengah penawaran selalu lebih kecil daripada nilai rata-rata penawaran.

4. Memperkirakan Kurva WTP (*Estimating Bid Curve*).

Sebuah kurva WTP dapat diperkirakan dengan menggunakan nilai WTP sebagai variabel dependen dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tersebut sebagai variabel independen. Kurva WTP ini dapat digunakan untuk memperkirakan perubahan nilai WTP karena perubahan sejumlah variabel independen yang berhubungan dengan mutu lingkungan. Variabel bebas yang mempengaruhi nilai WTP contohnya antara lain tingkat pendapatan (Y), tingkat pendidikan (E), tingkat pengetahuan (K), tingkat umur (A), dan beberapa

variabel yang mengukur kualitas lingkungan (Q). Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat berkorelasi linier dengan bentuk persamaan umum sebagai berikut:

$$WTP_i = f(Y_i, E_i, K_i, A_i, Q_i) \dots \dots \dots (1)$$

dimana i adalah responden ke-i.

5. Menjumlahkan Data (*Agregating Data*)

Penjumlahan data merupakan proses dimana rata-rata penawaran dikonversikan terhadap total populasi yang dimaksud. Bentuk ini sebaiknya termasuk seluruh komponen dari nilai relevan yang ditemukan seperti nilai keberadaan dan nilai penggunaan. Keputusan dalam penjumlahan data ditentukan oleh:

- a) Pilihan terhadap populasi yang relevan. Tujuannya untuk mengidentifikasi semua pihak yang utilitasnya dipengaruhi secara signifikan oleh kebijakan yang baru dan semua pihak yang memiliki batas politik yang relevan, dimana dipengaruhi oleh kebijakan baru tersebut.
- b) Berdasarkan rata-rata contoh ke rata-rata populasi. Nilai rata-rata contoh dapat digandakan oleh jumlah rumah tangga dalam populasi N, meskipun akan timbul kebiasaan, sebagai contoh adanya tingkat

pendapatan tertinggi dan terendah. Jika variabel ini telah dimasukkan ke dalam kurva penawaran, estimasi rata-rata populasi μ , dapat diturunkan dengan memasukkan nilai populasi yang relevan ke dalam kurva penawaran. Nilai ini dapat digandakan dengan N.

- c) Pilihan dari pengumpulan periode waktu yang menghasilkan manfaat. Ini tergantung pada pola CVM yang akan dipakai. Setiap kasus dari manfaat dan biaya dari waktu cukup panjang, masyarakat dikonfrontasi dengan keperluan penggunaan preferensi saat ini untuk mengukur tingkat preferensi di masa depan, sebagaimana adanya implikasi discounting.

6. Mengevaluasi Penggunaan CVM (*Evaluating the CVM Exercise*)

Tahap ini menilai sejauh mana penerapan CVM telah berhasil dilakukan. Penilaian tersebut dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan seperti apakah responden benar-benar mengerti mengenai pasar hipotetik, berapa banyak kepemilikan responden terhadap barang/jasa lingkungan yang terdapat dalam pasar hipotetik, seberapa baik pasar hipotetik yang

dibuat dapat mencakup semua aspek barang/jasa lingkungan, dan lain-lain pertanyaan sejenis.

7. Organisasi dari Pengoperasian CVM

Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam organisasi pengoperasian CVM, yaitu:

- a) Pasar hipotetik yang digunakan harus memiliki kredibilitas dan realitas.
- b) Alat pembayaran yang digunakan dan/atau ukuran kesejahteraan (WTP) sebaiknya tidak bertentangan dengan aturan-aturan yang terkait di masyarakat.
- c) Responden sebaiknya memiliki informasi yang cukup mengenai barang publik yang dimaksud dalam kuisiner dan alat pembayaran untuk penawaran mereka.
- d) Jika memungkinkan, ukuran WTP sebaiknya dicari, karena responden sering kesulitan dengan penentuan nilai nominal yang ingin mereka berikan.
- e) Ukuran contoh yang cukup besar sebaiknya dipilih untuk mempermudah perolehan selang kepercayaan dan reabilitas.
- f) Pengujian kebiasaan, sebaiknya dilakukan dan pengadopsian strategi untuk memperkecil strategi bias secara khusus.

- g) Penawaran sanggahan sebaiknya diidentifikasi.
- h) Diperlukan pengetahuan dengan pasti jika contoh memiliki karakteristik yang sama dengan populasi dan penyesuaian diperlukan.
- i) Tanda parameter sebaiknya dilihat kembali untuk melihat jika mereka setuju dengan harapan yang tepat. Nilai minimum dari 15% untuk Radjusted direkomendasikan oleh Mitchell dan Carson (1989) diacu *dalam* Hanley dan Spash (1993).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat tentang berbagai penelitian yang telah dilakukan peneliti lain dalam bentuk jurnal. Dari berbagai penelitian inilah yang mendasari dalam penyusunan skripsi. Adapun penelitiannya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan Muazinnah (2013) tentang *willingness to pay* kualitas kualitas udara bersih dikota Banda Aceh, dengan menggunakan metode CVM. Kota Banda Aceh sebagai ibukota Provinsi Aceh sedang berkembang pesat, kota Banda Aceh merupakan kota yang menarik bagi para imigran yang ingin hidup sukses dikota. Pada tahun 2011 migrasi masuk mencapai 12.000 jiwa, sedangkan migrasi keluar hanya 6.187 jiwa. Pada tahun 2012 dan 2013 migrasi masuk mengalami penurunan dan meningkat lagi pada tahun 2014 migrasi masuk mencapai 7.605 jiwa dan migrasi keluar 5.889 jiwa. Tingkat urbanisasi yang tinggi

menyebabkan pengalihfungsian lahan pertanian, ruang terbuka umum, hutan untuk dijadikan lahan perumahan. Volume penduduk yang padat juga menambah volume kendaraan pribadi, meningkatnya permintaan kendaraan motor yang semakin tinggi akan berdampak pada polusi udara, latar belakang inilah yang menjadikan penelitian ini dibuat yaitu tentang *Willingness To Pay* kualitas udara bersih di Kota Banda Aceh. Data yang dipakai merupakan data Primer (didapatkan dari hasil observasi dan wawancara) dan data sekunder (didapatkan dari lembaga instansi yang terkait). Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai rata-rata WTP perorang yaitu sebesar Rp 11.525/bulan dan dengan nilai total WTP sebesar Rp 1.774.943/bulan untuk mendapatkan kualitas udara bersih di Kota Banda Aceh. 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.

Penelitian yang dilakukan Nugroho Joko Prasetyo (2013) tentang bagaimana kesediaan untuk membayar peningkatan kualitas lingkungan desa wisata, dengan menggunakan metode CVM dengan menyebar kuisisioner sebanyak 150 responden. Kabupaten Sleman merupakan daerah yang memiliki potensi di sektor pariwisata yang unggul untuk dikembangkan. Kabupaten Sleman memiliki daya tarik yang mampu ditonjolkan sebagai keunggulan produk wisata mulai dari aspek geografis, demografis, sejarah, maupun panorama alamnya. Peristiwa erupsi yang

terjadi 2010 silam telah merusak berbagai aspek kehidupan di Sleman dan sekitarnya, objek dan fasilitas wisata merupakan yang mengalami kerusakan berat akibat bencana tersebut. Untuk menggiatkan lagi sektor wisata di daerah Sleman perlu upaya untuk kesediaan membayar dalam perbaikan kualitas lingkungan di desa-desa wisata yang terdapat di Kabupaten Sleman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, biaya kunjungan, dan frekuensi kunjungan mempengaruhi kesediaan dalam membayar WTP dalam perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman (desa wisata Srowolan, Brayut, Kelor, Kembangarum, dan desa wisata Penting Sari). Berdasarkan hasil penelitian tersebut variabel usia dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesediaan membayar dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman.

Penelitian yang dilakukan Ikhsan (2004) tentang *willingness to pay* masyarakat untuk melindungi terumbu karang di Pulau WEH. Pulau WEH yang terletak di Provinsi Aceh yang memiliki terumbu karang yang kondisinya tergolong baik merupakan salah satu tujuan wisata bahari yang banyak dikunjungi wisatawan lokal maupun asing yang jumlahnya terus meningkat dari tahun ke tahun. Keindahan terumbu karang Pulau WEH menjadi sumber devisa bagi daerah melalui kegiatan pariwisata.

Mengingat begitu pentingnya terumbu karang sebagai potensi ekonomi maupun sebagai kelestarian lingkungan maka perlu upaya untuk melindungi dan melestarikan terumbu karang dengan melibatkan masyarakat langsung dalam upaya tersebut. Latar belakang inilah yang membuat peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk WTP masyarakat untuk melindungi terumbu karang di Pulau WEH. Penelitian ini menggunakan metode CVM dengan menyebar kuisisioner sebanyak 156 responden. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh total WTP sebesar Rp 11.000 – Rp 30.000/bulan , sebanyak 44,9%. Sementara itu 23,7% responden hanya bersedia membayar Rp 5.000-Rp 10.000/bulan dan yang bersedia membayar harga tinggi antara Rp310.000-Rp 500.000/bulan sebanyak 1,9% dari total responden. Kesimpulannya variabel pendidikan tidak signifikan terhadap WTP yang diperoleh sedangkan variabel pendapatan dan keanggotaan organisasi memiliki pengaruh positif terhadap WTP terhadap perlindungan terumbu karang dengan keyakinan sebesar 99%.

Penelitian yang dilakukan Febrianti Erry (2011) tentang kesediaan petani kopi dalam membayar *willingness to pay* untuk perbaikan lingkungan. Kabupaten Lampung Barat merupakan sentra produksi kopi di Provinsi Lampung. Luas area perkebunan kopi di Kabupaten ini adalah 60,488,35 ha atau 35,57 persen dari total area di Provinsi Lampung dengan produksi sebesar 38,422,6 ton dan produktivitasnya adalah 0,6352 ton/ha (BPS Lampung Barat). Tanaman kopi sebagian besar ditanam dikawasan

hutan, alih fungsi lahan hutan menjadi lahan usaha tani kopi telah menjadi perhatian karena di khawatirkan dapat menimbulkan terhadap pengerusakan fungsi hutan, penurunan produktivitas tanah pada khususnya dan degradasi lahan pada umumnya. Maka perlu upaya untuk menjaga atau mengelola lahan hutan agar tetap terjaga. Latar belakang inilah yang membuat peneliti melakukan penelitian tentang kesediaan petani kopi dalam membayar WTP untuk perbaikan lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode CVM dengan teknik wawancara langsung terhadap responden. Dalam rangka mengurangi kerusakan lingkungan, petani kopi dikawasan hutan bersedia membayar wtp sebesar Rp 484.036/tahun dan petani diluar kawasan hutan sebesar Rp 405.036/tahun. Menurut hasil penelitian variabel tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap WTP dalam perbaikan lingkungan.

Penelitian yang dilakukan Hardian Cahya Ningrum (2016) tentang analisis *willingness to pay* pengguna hippam canggar terhadap mata air gemulo. Mata air gemulo merupakan mata air di Kota Batu yang memiliki debit air sebesar 116,21 liter/detik dan terletak di aliran sungai dari gunung Arjuno dan mengalir empat desa yaitu Desa Bulukerto, Bumiaji, Pandanrejo, dan Desa Sidomulyo. Mata air Gemulo dimanfaatkan warga untuk kebutuhan rumah tangga, serta untuk mengairi perkebunan warga, selain itu juga di manfaatkan PDAM. Meningkatnya jumlah penduduk telah mengakibatkan peningkatan terhadap permintaan air bersih, sehingga konsumsi air juga meningkat. Maka dari itu perlu upaya untuk menjaga

kelestarian lingkungan mata air gemulo yang terletak dikota batu. Latar belakang inilah yang membuat peneliti melakukan penelitian tentang analisis WTP pengguna hippam canggar terhadap mata air gemulo. Penelitian ini menggunakan metode CVM data yang digunakan primer (kuisisioner dan wawancara) dan sekunder. Rata-rata WTP responden diperoleh sebesar Rp 17.950 perkk/bulan dan nilai total WTP sebesar Rp 8.234.050/bulan. Variabel jumlah kebutuhan air,biaya kebutuhan air dan tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap WTP, sedangkan variabel pendapatan dan jumlah pemakai air tidak berpengaruh terhadap WTP pemanfaatan mata air gemulo.

Penelitian yang dilakukan Sasmi (2016) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* pengunjung objek wisata pantai goa cemara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis WTP pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara yang dilakukan dengan wawancara langsung kepada responden sebanyak 146 orang pengunjung objek wisata Pantai Goa Cemara. Penelitian ini menggunakan metode Contingent Valuation Method (CVM). Berdasarkan hasil wawancara diperoleh total WTP sebesar Rp 1.413.000,00 dengan nilai rata-rata Rp 9.678,00. Variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap WTP pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara, variabel pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap WTP pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara, sedangkan tingkat pendapatan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap WTP pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara.

Penelitian yang dilakukan Rahmawati (2014) tentang analisis *willingness to pay* wisata air sungai pleret Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis WTP pengunjung Objek Wisata Air Sungai Pleret yang dilakukan dengan wawancara atau mengisi kuisioner langsung kepada responden pengunjung Objek Wisata Air Sungai Pleret. Penelitian ini menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Berdasarkan hasil wawancara diperoleh nilai rata-rata yang bersedia dibayarkan pengunjung sebesar Rp 2.900,00. Variabel persepsi keindahan alam, pendapatan, tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap besarnya nilai yang bersedia dibayarkan pengunjung wisata Air Sungai Pleret Kota Semarang pada $\alpha = 5\%$. Variabel jarak, frekuensi kunjungan berpengaruh negatif signifikan terhadap besarnya nilai yang bersedia dibayarkan pengunjung wisata Air Sungai Pleret. Variabel pengetahuan lingkungan sungai tidak berpengaruh signifikan terhadap besarnya nilai yang bersedia dibayarkan pengunjung.

Penelitian yang dilakukan Rosalina (2014) tentang penilaian *willingness to pay* perbaikan kualitas udara menggunakan *contingent valuation method*. Kota Semarang merupakan salah satu pusat perdagangan yang menjadi latar belakang tumbuhnya kegiatan industri di Kota Semarang. Jumlah industri kota Semarang adalah 377, dengan 142 industri besar dan 235 industri sedang. Industri banyak tersebar di

kecamatan Genuk yaitu sebanyak 91 industri sedang dan 35 industri besar, lalu kecamatan kedua yang memiliki banyak kegiatan industri merupakan kecamatan Ngaliyan yaitu sebanyak 22 industri sedang dan 23 industri besar. Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan industri ini menimbulkan pencemaran udara. Sebagian warga mengeluhkan pencemaran udara yang ditimbulkan salah satu pabrik baja di jalan Raya Walisongo yang menyebabkan anak-anak menderita flek paru-paru akibat asap dan partikel yang berasal dari dapur pabrik baja tersebut. Dampak buruk lainnya yaitu asap hitam, asap putih, dan material yang tak kasat mata, namun beraroma tajam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis WTP terhadap kebijakan memperbaiki kualitas udara dengan tujuan mengetahui kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungannya. Penelitian ini menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil tingkat WTP masyarakat masih rendah, faktor-faktor yang mempengaruhi WTP masyarakat adalah pendapatan dan biaya kesehatan paru-paru, mata dan hidung, sedangkan faktor usia, tingkat pendidikan dan jarak polusi terhadap responden tidak begitu berpengaruh.

Penelitian yang dilakukan oleh Zainal Abidin Mohamed (2013), tentang *analisis willingness to pay* masyarakat dalam membayar makanan organik di Malaysia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar konsumen bersedia membayar untuk makanan organik di Malaysia. Survei ini dilakukan di Semenanjung Malaysia terhadap 1.355

responden untuk mengeksplorasi kesediaan mereka dalam membayar makanan organik. Metode *Contingent Valuation Method* (CVM) yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin, wilayah geografis, pendapatan, preferensi konsumen, motivasi, niat, persepsi, keramahan lingkungan, dan keamanan pangan secara signifikan mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar Makanan Organik di Malaysia.

Penelitian yang dilakukan Amon Ngasha Kabango (2018), tentang analisis *willingness to pay* masyarakat dalam membayar daging babi yang aman di Hanoi. Penelitian ini bertujuan untuk memperkirakan kesediaan konsumen untuk membayar *Willingness To Pay* dan untuk menguji faktor-faktor penentu yang mempengaruhi *Willingness To Pay* mereka untuk daging babi yang aman menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Data dikumpulkan dari survei dengan 134 responden di Hanoi Vietnam. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran konsumen tentang resiko daging babi yang tidak sehat, pendapatan dan pengeluaran rumah tangga berpengaruh positif dalam membayar *Willingness To Pay*. Sedangkan variabel jumlah konsumsi daging babi perbulan berpengaruh negatif dalam membayar *Willingness To Pay*.

Penelitian yang dilakukan David Hensher (2013), tentang analisis *willingness to pay* pengemudi untuk jalan bebas hambatan dalam membayar denda pengeluaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

seberapa besar jumlah yang bersedia dibayar oleh pengemudi untuk mengemudi lebih cepat daripada yang diizinkan oleh undang-undang. Penelitian ini dilakukan di Taiwan menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Berdasarkan hasil penelitian rata-rata pengemudi jalan bebas hambatan di berbagai lokasi di Taiwan bersedia membayar antara \$43 dan \$51 untuk mengemudi lebih cepat dari yang diizinkan oleh undang-undang di Taiwan.

Penelitian yang dilakukan Jacqueline Ramke (2009), tentang kesediaan membayar *willingness to pay* dalam membayar kaca mata siap pakai di Timor Leste. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesediaan membayar kaca mata siap pakai di negara sumber daya rendah Timor Leste. Penelitian ini menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan 152 responden. Berdasarkan hasil penelitian variabel usia dan jenis kelamin berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Willingness To Pay* Dalam Membayar Kacamata Siap Pakai di Timor Leste. Kesimpulannya kesediaan untuk membayar dengan validasi terhadap pembayaran aktual berhasil di terapkan ke kaca mata siap pakai di Timor Leste.

Penelitian yang dilakukan Kevin A. Decker (2016) tentang analisis *willingness to pay* dalam membayar spesies terancam dalam ekosistem yang terancam punah. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan kesediaan untuk membayar konservasi cacing tanah Palouse raksasa (*Driloleirus americanus*), spesies langka yang endemik di wilayah

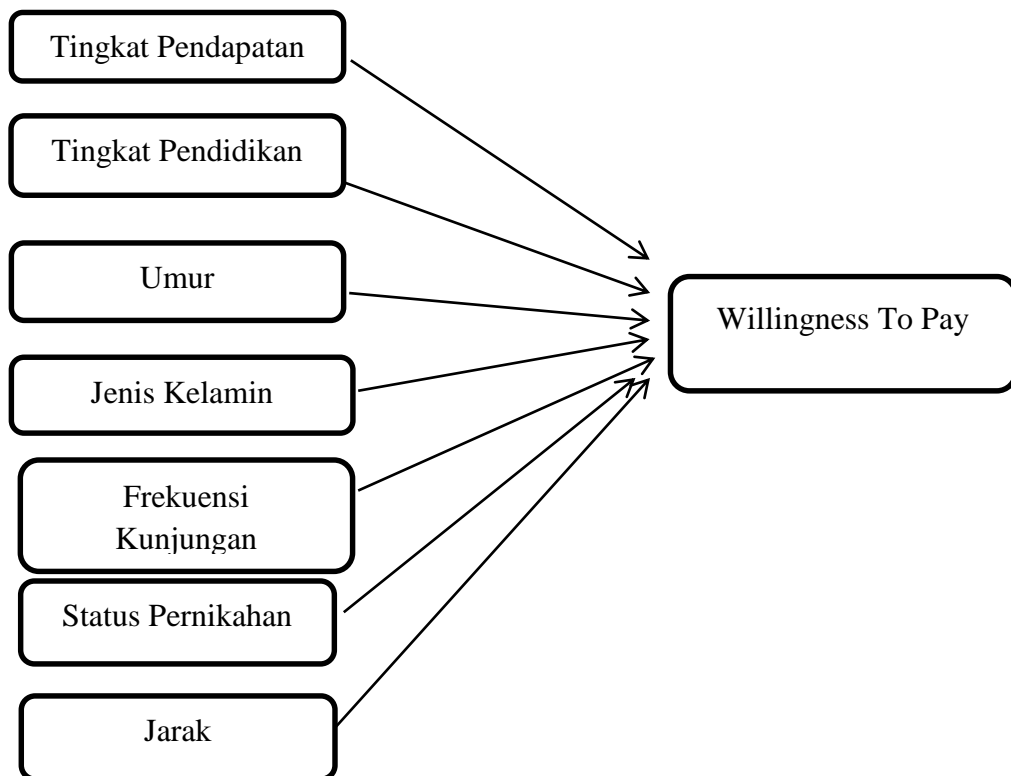
Palouse. Metode ini mengevaluasi nilai cacing tanah sebagai atribut kemauan untuk membayar pelestarian ekosistem yang terancam daripada kemauan langsung membayar untuk melindungi spesies ini. Metode ini diharapkan menghasilkan ukiran kesediaan membayar yang lebih akurat untuk spesies langka. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesediaan tahunan untuk membayar per rumah tangga untuk cacing tanah Palouse raksasa sebesar \$20,45 berdasarkan model logit bersyarat dan \$19,30 berdasarkan model logit campuran.

C. Kerangka Penelitian

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi jasa memiliki prospek yang cerah, namun dewasa ini belum memperlihatkan peranan yang sesuai dengan harapan dalam prospek pembangunan di Indonesia dalam pariwisata, salah satunya adalah Benteng Pendem yang merupakan benteng peninggalan Belanda di Pesisir Pantai Teluk Penyu Kabupaten Cilacap. Bangunan ini merupakan bekas markas pertahanan tentara Hindia Belanda yang dibangun di area seluas 6,5 hektare secara bertahap selama 18 tahun, dari tahun 1861 hingga 1879. Benteng Pendem sempat tertutup tanah pesisir Pantai dan tidak terurus. Benteng ini kemudian ditemukan dan mulai digali Pemerintah Cilacap tahun 1989. Walaupun bekas peninggalan Belanda tetapi disini pula terdapat destinasi wisata yang sangat bagus dan indah. Potensi Benteng Pendem sebagai tujuan wisata sangat menjanjikan. Oleh sebab itu, Benteng Pendem ini masih sangat perlu perhatian dan pengembangan

lebih maksimal dari pemerintah daerah maupun pihak terkait, tidak hanya untuk saat ini tetapi masa yang akan datang, baik dari segi sarana, prasarana maupun promosinya terhadap kunjungan wisatawan.

Konsep pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada diagram dibawah ini:



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Operasional

D. 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.