BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Ekowisata

Ekowisata merupakan kegiatan wisata yang menaruh perhatian besar terhadap kelestarian sumberdaya pariwisata. Berdasarkan Damanik dkk. (2006) selanjutnya disebutkan ada tiga perspektif ekowisata yaitu

a. Ekowisata sebagai produk yaitu semua atraksi yang berbasis pada sumber daya alam.

b. Ekowisata sebagai pasar yaitu perjalanan diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan.

c. Ekowisata sebagai pendekatan pengembangan yaitu metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan.

Menurut Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia (2009), ekowisata memiliki banyak definisi, yang seluruhnya berprinsip pada pariwisata yang kegiatannya mengacu pada 5 (lima) elemen penting, yaitu

1. Memberikan pengalaman dan pendidikan kepada wisatawan, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap daerah tujuan wisata yang dikunjunginya. Pendidikan diberikan melalui pemahaman tentang pentingnya

pelestarian lingkungan, sedangkan pengalaman diberikan melalui kegiatan-kegiatan wisata yang kreatif disertai dengan pelayanan yang prima.

2. Memperkecil dampak negatif yang bisa merusak karakteristik lingkungan dan kebudayaan pada daerah yang dikunjungi.
3. Mengikutsertakan masyarakat dalam pengelolaan dan pelaksanaannya.
4. Memberikan keuntungan ekonomi terutama kepada masyarakat lokal. Oleh karena itu, kegiatan ekowisata harus bersifat *profit* (menguntungkan).
5. Dapat terus bertahan dan berkelanjutan.

Berdasarkan dari elemen ekowisata, terdapat beberapa cakupan ekowisata yaitu untuk edukasi, pemberdayaan masyarakat, peningkatan ekonomi, serta upaya dalam kegiatan konservasi.

Pengembangan ekowisata di dalam hutan yang tidak mengenal kejenuhan pasar, dapat menjadikan wisata alam sebagai salah tujuan wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan ekowisata harus mengacu pada prinsip-prinsip ekowisata, untuk mencapai keberhasilan ekowisata dalam mempertahankan kelestarian dan pemanfaatan (Fandeli, 2000).

Berdasarkan Damanik dkk. (2006), prinsip-prinsip ekowisata antara lain

1. Mengurangi dampak negatif berupa kerusakan atau pencemaran lingkungan dan budaya lokal akibat kegiatan wisata.

2. Membangun kesadaran dan penghargaan atas lingkungan dan budaya dengan tujuan wisata, baik pada diri wisatawan, masyarakat lokal, maupun pelaku wisata lainnya.

3. Menawarkan pengalaman-pengalaman positif bagi bagi wisatawan maupun masyarakat lokal, melalui kontak budaya yang lebih intensif dan kerjasama dalam pemeliharaan atau konservasi daerah tujuan objek wisata.

4. Memberikan keuntungan finansial secara langsung bagi keperluan konservasi melalui kontribusi atau pengeluaran ekstra wisatawan.

5. Memberikan keuntungan finansial dan pemberdayaan bagi masyarakat local, dengan menciptakan produk wisata yang mengedepankan nilai-nilai lokal.

6. Memberikan kepekaan terhadap situasi sosial, lingkungan dan politik di daerah tujuan wisata.

7. Menghormati hak asasi manusia dan perjanjian kerja, dalam arti memberikan kebebasan kepada wisatawan dan masyarakat lokal untuk menikmati atraksi wisata sebagai wujud hak asasi, serta tunduk kepada aturan main yang adil dan disepakati bersama dalam pelaksanaan transaksi-transaksi wisata.

Dalam pengembangan ekowisata, diperlukan sebuah dukungan khusus dalam pengadaan sebuah produk wisata, yang dapat menjadi bahan pertimbangan wisatawan. Wisatawan dengan minat khusus, umumnya memiliki latar belakang intelektual yang lebih baik, pemahaman serta kepekaan yang lebih terhadap etika, moralitas, dan nilai-nilai tertentu, sehingga bentuk dari wisata ini adalah untuk mencari pengalaman baru (Fandeli dkk., 2000).

Secara umum, basis pengembangan wisata minat khusus menurut Fandeli dkk. (2000), yaitu.

1. Aspek alam seperti flora, fauna, fisik geologi, vulkanologi, hidrologi, hutan alam atau taman nasional.
2. Objek dan daya tarik wisata budaya yang meliputi budaya peninggalan sejarah dan budaya kehidupan masyarakat. Potensi ini selanjutnya dapat dikemas dalam bentuk wisata budaya peninggalan sejarah, wisata pedesaan dan sebagainya. Wisatawan memiliki minat untuk terlibat langsung dan berinteraksi dengan budaya masyarakat setempat, serta belajar berbagai hal dari aspek-aspek budaya yang ada.

Penelitian Ramdhani (2011) menjelaskan bahwa nilai dari ekonomi wisata Otak Kokok Gading tahun 2010 sebesar Rp 748.205.256,00 dengan WTP rata-rata sebesar Rp 4133,00. Nilai ekonomi air masyarakat Desa Perian sebesar Rp 173.933.532,00 per tahun dengan WTP rata-rata sebesar Rp 10.216,00, sedangkan nilai air dari pemanfaatan PDAM sebesar Rp 1.640.288.630,00 per tahun. Trend yang terjadi pada nilai wisata TNGR untuk setiap tahun mengalami peningkatan, yang didukung dengan meningkatnya jumlah pengunjung wisata setiap tahunnya.

B. Wisata Alam

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 48 tahun 2010 tentang pengusahaan pariwisata alam di suaka margasatwa,taman nasional, taman hutan raya dan taman wisata alam, wisata alam adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan

tersebut, yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam di kawasan suaka margasatwa, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam. Wisata alam hutan merupakan salah satu sektor hasil hutan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Hutan Wisata Alam adalah hutan wisata yang memiliki keindahan alam, baik keindahan nabati, keindahan hewani, maupun keindahan alamnya sendiri.

Sebagaimana yang dicantumkan oleh Rigma (2012), manfaat Hutan Wisata Alam

1. Pariwisata alam dan rekreasi.
2. Penelitian dan pengembangan (kegiatan pendidikan dapat berupa karya wisata, widya wisata, dan pemanfaatan hasil-hasil penelitian serta peragaan dokumentasi tentang potensi kawasan wisata alam tersebut).
3. Sebagai sarana pendidikan.
4. Kegiatan penunjang budaya.

Menurut Fandeli (2001), hutan wisata alam didefinisikan sebagai hutan yang mencakup bagian daratan maupun lautan, terutama yang dapat dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam (*out-bond*), dengan kriteria sebagai berikut

1. Mempunyai daya tarik alam berupa tumbuhan, satwa atau ekosistem gejala alam serta formasi geologi yang menarik,
2. Mempunyai luas yang cukup untuk menjamin kelestarian fungsi potensi dan daya tarik untuk dimanfaatkan bagi pariwisata dan rekreasi alam.

3. Kondisi lingkungan di sekitarnya mendukung upaya pengembangan pariwisata alam.

Selain sifat alami yang menciptakan kenyamanan wisatawan akan objek wisata. Banyak faktor yang mempengaruhi dan mendukung akan daya tarik wisatawan domestik dan mancanegara untuk datang berkunjung, seperti potensi alam, flora dan fauna, keindahan alam, latar belakang sejarah, keramahan penduduk lokal, keunikan budaya, serta bahasa (Fandeli dkk, 2000).

Beberapa motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan rekreasi di alam terbuka yaitu mencari tata lingkungan yang baru, mencari pengalaman yang baru, menyentuh alam yang asli, utuh, tenang, serta mempelajari proses yang terjadi di dalamnya, berpetualang, menyaksikan dan menikmati panorama alam, serta mencari inspirasi. Seseorang yang melakukan rekreasi tergantung pada pendidikan umur dan juga pada pekerjaan masing-masing (Dauglas 1970 dan Saleh 2010). Berdasarkan penelitian Suryana (2006), terdapat beberapa proses keputusan untuk datang menikmati objek wisata yaitu kepuasan pengunjung terhadap atribut yang ditawarkan oleh Kebun Wisata Pasirmukti, serta fasilitas yang perlu ditambahkan untuk menunjang kinerja Kebun Wisata Pasirmukti. Selain itu, pihak Kebun Wisata Pasirmukti harus mempertahankan kinerja dari kegiatan edukatif yang merupakan keunggulan perusahaan dimata pengunjung dibandingkan dengan objek wisata lain yang sejenis.

C. Valuasi Ekonomi

Nilai menurut Davis et, (1987) dalam Alam dkk. (2009) merupakan persepsi manusia tentang, makna sesuatu objek (sumberdaya hutan), bagi orang (individu) tertentu, persepsi tersebut berpadu dengan harapan ataupun norma-norma kehidupan yang melekat pada individu atau masyarakat. Dalam konteks ilmu ekonomi sumber daya alam dan lingkungan. Valuasi ekonomi merupakan cara yang dipakai untuk menghasilkan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan sumber daya alam dan lingkungan. Menurut Bahruni (2004) dalam Ramdhani (2011), nilai adalah merupakan persepsi manusia, tentang makna sesuatu objek (sumberdaya hutan), bagi orang (individu) tertentu, tempat dan waktu tertentu pula.

Terlepas dari nilai pasar (*market value*) atau non pasar (*non market value),* tujuan dari studi valuasi adalah untuk menentukan besarnya *total economic value* (TEV), pemanfaatan sumberdaya alam dan lingkungan. Nilai TEV merupakan jumlah nilai diperoleh dari pemakaian langsung atau yang berkaitan dengan sumberdaya alam dan lingkungan yang dikaji atau diteliti. Nilai ini terdiri dari nilai yang berkaitan dengan kegiatan komersial, subsistensi, *leisure* dan aktivitas lain yang bertautan dengan sumberdaya alam yang ditelaah.

Nilai guna tak langsung (*in direct use value*), berkaitan dengan perlindungan atau dukungan terhadap kegiatan ekonomis, dan harta benda yang diberikan oleh suatu sumberdaya alam dan nilai pilihan (*option use value*), nilai guna dari sumberdaya

alam dan lingkungan pada masa yang akan datang. Nilai guna tak langsung (*in direct use value*) yaitu nilai-nilai yang tidak ada kaitan langsung dengan kemungkinan pemakaian sumberdaya alam dan lingkungan biasanya berupa *existence value* dan *bequest value* yang merupakan total dari nilai keberadaan (*existence value*), yaitu nilai yang diberikan (secara semata-mata) karena keberadaan suatu sumberdaya alam dan lingkungan, ditambah nilai pewarisan (*bequest value*) yaitu nilai yang diberikan kepada anak cucu agar dapat diwariskan suatu sumberdaya alam dan lingkungan tersebut.

Menurut Hufscmidt dan Djijono (2000) dalam Igunawati (2010), secara garis besar, metode penilaian manfaat ekonomi suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatam yang berorientasi survei.

1. Pendekatan Orientasi Pasar

a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar *actua*l barang jasa :

(i) Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*).

(ii) Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*).

b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan :

(i) Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*).

(ii) Biaya penggantian (*replacement cost methods*).

(iii) Proyek bayangan (*shadow project methods*).

(iv) Analisa keefektifan biaya.

c. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*) :

(i) Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan.

(ii) Pendekatan nilai kepemilikan.

(iii) Pendekatan lain terhadap nilai tanah.

(iv) Biaya perjalanan (*travel cost*).

(v) Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*).

(vi) Penerimaan kompensasi.

2. Pendekatan Orietasi Survei

a. Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*).

b. Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept).*

D. Biaya Perjalanan (*Travel Cost*)

Cara menilai suatu barang atau jasa yang tidak memiliki harga pasar adalah dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan yaitu nilai dari rekreasi alam. Perhitungan besar nilai ini sama dengan nilai ekonomi komoditi lain, tetapi dalam rekreasi tidak ada harga yang tetap untuk dijadikan ukuran Hufschmidt dkk. (1996).

Metode biaya perjalanan dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan, waktu yang digunakan orang untuk mencapai tempat rekreasi, mengestimasi besarnya nilai benefit dan upaya perubahan kualitas lingkungan, dari tempat rekreasi yang dikunjungi. Model yang mendasari metode penilaian adalah orang yang melakukan perjalanan berulang-ulang ke tempat rekreasi tersebut, sampai pada titik nilai marjinal dari perjalanan terakhir, bernilai

sama dengan jumlah uang dan waktu yang dikeluarkan untuk mencapai lokasi tersebut.

Pendekatan metode biaya perjalanan adalah suatu cara untuk menentukan nilai dari suatu barang yang tidak mempunyai harga. Pendekatan ini telah dipakai secara meluas, untuk mendapatkan kurva permintaan rekreasi. Rekreasi alam merupakan contoh barang yang tidak mempunyai harga. Pendekatan biaya perjalanan dikembangkan untuk menilai manfaat barang lingkungan.

Hal yang menjadi dasar dari metode biaya perjalanan adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dikeluarkan oleh pengunjung, untuk dapat mengunjungi tempat wisata tersebut, yang merupakan harga untuk akses wisata Garrod dkk. (1999).

Terdapat beberapa pendekatan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan melalui metode biaya perjalanan (Garrod dkk. 1999), yaitu

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zonal travel cost approach*), menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari pengunjung menurut daerah asal.
2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*), menggunakan survey data dari para pengunjung secara individu.

Dari hasil penelitian Purwanto (2011), dengan nilai ekonomi total ekowisata yang diperoleh Rp 67.435.304.427,00 atau Rp 29.849.487.049,00 per tahun. Nilai ekonomi total ekowisata memberikan kontribusi sebesar 31,67% terhadap rata-rata

produk domestik regional atas dasar harga yang berlaku di masing–masing kecamatan Banyuwangi.

E. Manfaat Wisata Alam sebagai Komuniti Ekonomi

Potensi wisata pada suatu kawasan objek wisata, akan memiliki dampak pada perekonomian. Pengelolaan sumberdaya alam yang baik akan meningkatkan kesejahteraan manusia, sebaliknya pengelolaan sumberdaya alam yang tidak baik akan berdampak buruk bagi manusia. Menurut Vanhove (2005) bahwa dampak ekonomi dari wisata adalah peningkatan atau pembangkit pendapatan, peningkatan tenaga kerja, peningkatan pendapatan dari pajak, efek keseimbangan pembayaran, dan perbaikan struktur ekonomi daerah wisata.

"Wisata alam merupakan salah satu hasil hutan yang tidak dapat dipindahkan sehingga pemanfaatan sumber daya alamnya diperoleh di tempat tersebut, maka dalam pemanfaatan rekreasi alam sebagai hasil hutan memerlukan input tenaga kerja, modal, dan kegiatan pengusahaan" (Duer dkk; 1979). Dua hal penting yang membedakan rekreasi alam dengan hasil hutan lainnya adalah

1. Kesempatan rekreasi tidak tahan lama, artinya kesempatan rekresi yang keuntungannya tidak dapat diambil sekarang, tidak dapat diambil lagi pada waktu mendatang.
2. Rekresi harus dijual ditempat, artinya konsumen harus datang ke tempat rekreasi tersebut.

Penelitian Trianita (2011) mengatakan bahwa potensi wisata yang terkandung dalam hutan dengan menggunakan metode *willingnes to pay (WTP),* diperoleh potensi

wisata kawasan Musiduga sangat potensial untuk dikembangkan karena memiliki objek wisata alam dan atraksi wisata yang banyak diminati oleh pengunjung. Pengembangan dan pengelolaan kawasan wisata membutuhkan dana untuk kegiatan wisata dan konservasi, salah satu caranya dengan penetapan tiket.

Dampak ekonomi dari kegiatan wisata di Musiduga terhadap masyarakat sekitar masih kecil. Pengembangan dan pengelolaan wisata kawasan Musiduga yang optimal, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dengan tetap memperhatikan lingkungan. Berdasarkan persepsi *multistakeholder* dampak lingkungan akibat kegiatan wisata Musiduga, memiliki dampak positif terhadap lingkungan sekitar Musiduga.

F. Karakteristik Pengunjung

Menurut Fandeli (2001) mengatakan bahwa wisatawan adalah seseorang yang terdorong oleh sesuatu atau beberapa keperluan melakukan perjalanan dan persinggahan, sementara di luar tempat tinggalnya, untuk jangka waktu lebih dari 24 jam, tidak dengan maksud untuk mencari nafkah.

Menurut Fandeli dkk. (2000) karakteristik wisatawan merupakan variabel penting dalam melakukan suatu kegiatan perencanaan pariwisata. Karakteristik tersebut antara lain asal pengunjung, lama kunjungan, umur, jenis kelamin, jenis pekerjaan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, jumlah anggota yang berkunjung bersama, waktu luang, jarak yang ditempuh, maksud kunjungan, jenis transportasi yang

digunakan, jumlah pengeluaran yang dihabiskan, dan jenis akomodasi yang dimanfaatkan.

Suyitno (2001) dan Ramdhani (2011) menyatakan bahwa wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang, yang bersifat sementara, untuk menikmati objek dan atraksi di tempat tujuan. Berbicara mengenai wisata, maka tidak akan lepas dari pembicaraan tentang perjalanan (*travel*), karena berdasarkan sejarahnya, perjalanan merupakan cikal bakal dari wisata. Terdapat beberapa hal yang membedakan perjalanan umumnya dengan wisata antara lain

1. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan beberapa komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata, dan lain-lain.
3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek dan atraksi wisata, daerah atau bahkan negara secara berkesinambungan.
4. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.
5. Tidak untuk mencari nafkah di tempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi, karena uang yang dibelanjakannya berasal dari tempat asal.

Walaupun kegiatan wisata berasal dari kegiatan perjalanan (*travel*), akan tetapi wisata memiliki ciri-ciri yang dapat membedakannya dengan produk lain, yaitu

1. Tidak berwujud (*intangible*).

2. Tidak memiliki ukuran kuantitatif (*unmeasurable*).
3. Tidak tahan lama dan mudah kadaluwarsa (*perishable*).
4. Tidak dapat disimpan (*unstorable*).
5. Melibatkan konsumen (wisatawan) dalam proses produksinya.
6. Proses produksi dan konsumsi terjadi dalam waktu yang sama.

Ciri-ciri seseorang disebut wisatawan menurut Undang-undang No.9 tahun 1990 tentang pariwisata adalah

a. Perjalanan dilakukan secara sukarela.
b. Perjalanan ke tempat lain ke luar wilayah/negara tempat tinggalnya.
c. Bersifat sementara, menginap paling tidak satu malam.
d. Tidak untuk mencari nafkah.
e. Tujuannya semata-mata untuk:

- ❖ Pesiar, liburan, kesehatan, belajar, keagamaan, olah raga.
- ❖ Kunjungan usaha, mengunjungi keluarga, tugas dan menghadiri pertemuan.

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata. Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal. Motivasi-motivasi tersebut, dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut (Fandeli, 2001)

a) *Physical or physiological motivation* yaitu motivasi yang bersifat fisik atau fisologis, antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya.

b) *Cultural Motivation* yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya.

c) *Social or interpersonal motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi, melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya.

d) *Fantasi motivation* yaitu adanya motivasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan yang memberikan kepuasan psikologis.

Penelitian terdahulu yang memuat hasil penelitian tentang variabel-variabel yang mempengaruhi kunjungan wisata, seperti penelitian Gitapati (2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dari tujuh variabel bebas signifikan dan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke Nglimut. Variabel-variabel tersebut adalah biaya perjalanan, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas dan keindahan alam Nglimut yang dilihat oleh responden. Nilai ekonomi dari objek wisata ini sebesar Rp 35.453.126.400,00, estimasi surplus konsumen sebesar Rp 760.960,00 per tahun per orang.

Dalam melakukan suatu perjalanan wisata yang dilakukan, pengunjung yang datang biasanya tidak datang sendirian. Pengunjung bisa datang bersama keluarga dan teman. Kegiatan seperti ini dapat memberikan pengaruh besar terhadap ekonomi,

akibat adanya perjalanan wisata. Dari segi jumlahnya, pengunjung dapat dibagi menjadi beberapa bagian (Suwantoro, 2004 dan Gitapati, 2012)

a. *Individual Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sepasang suami-istri.
b. *Family Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh keluarga atau yang masih mempunyai hubungan saudara.
c. *Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh sedikitnya 10 orang dan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan para anggotanya.

Berdasarkan penelitian Rahmawaty dkk. (2006) diperoleh karakteristik pengunjung seperti yang di Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik pengunjung di Tahura Dr. Mohammad Hatta.

No	Karakteristik pengunjung	Mayoritas pengunjung
1	Umur	18-25 tahun
2	Jenis kelamin	laki-laki
3	Tingkat pendidikan	akademi/ perguruan tinggi
4	Pekerjaan	pelajar/mahasiswa
5	Pendapatan	< Rp 500.000,00/bulan
6	Biaya perjalanan	>Rp 1.000.000,00/kunjungan
7	Harga tiket masuk	sedang
8	Waktu luang pada hari kerja	5-7 jam/hari
9	Libur	4-8 hari libur/bulan
10	Libur/cuti	0-12 hari/tahun
11	Asal daerah	Padang

Sumber : hasil penelitian Rahmawaty dkk. (2006).

Sebagian besar pengunjung, umumnya memiliki motivasi rekreasi untuk menikmati keindahan alam (panorama), serta lebih menyukai kegiatan menikmati pemandangan selama di Tahura Dr. Mohammad Hatta.

G. Analisis Regresi

Penentuan faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi biaya perjalananan ke Air Terjun Way Lalaan, dapat di uji dengan menggunakan analisis model regresi berganda. Analisis regresi linear ganda adalah suatu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dependen tunggal, dengan beberapa variabel-variabel independen (Silalahi, 2008). Model regresi berganda dapat digunakan apabila dalam penelitian terdapat beberapa variabel bebas (peubah). Variabel analisis regresi dikenal dua macam variabel atau peubah yaitu variabel bebas *X* (*independent variabel*), yang merupakan suatu variabel yang nilainya telah diketahui dan variabel tidak bebas *Y* (*dependent variabel*), yaitu variabel yang nilainya belum diketahui dan yang akan diramalkan.

Dalam hal ini, model regresi berganda, digunakan untuk mengukur hubungan biaya perjalanan dengan peubah-peubah lain seperti zona asal, umur, tujuan berkunjung, jenis kelamin, cara berkunjung, motivasi kunjungan, pekerjaan, pendapatan, tingkat pendidikan, kendaraan, tanggungan, dan waktu luang. Model fungsi permintaan wisata menggunakan model regresi linear berganda dengan bantuan *minitab* 16.

Tujuan dari analisis regresi berganda menggunakan variabel-variabel independen yang lainnya adalah untuk mengetahui dan memprediksi nilai independen tunggal yang dipilih oleh peneliti. Dua atau lebih variabel independen (dinaikkan atau diturunkan nilainya) digunakan, sebagai prediktor untuk memprediksi atau meramalkan keadaan (naik atau turunnya) variabel dependen sebagai yang diprediksi (Silalahi, 2009).

Model yang menggambarkan hubungan variabel tidak bebas dengan variabel bebas adalah

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \varepsilon_i$$

Keterangan

Y_i = peubah tidak bebas yang berdistribusi

X_i = peubah bebas dengan i =1, 2,Ln

$_0\beta$ (intersep) dan $_1\beta$ (slop) = parameter-parameter yang tidak diketahui

$_i\varepsilon$ = *Disturbance error* yang berdistribusi

Model diatas dapat dijabarkan dalam bentuk persamaan sebagai berikut

$$Y = b_o + b_1 X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + ... + b_xX_k + e$$

Keterangan

Y = variabel dependen

X_1, X_2, X_3... = Variabel independen

B_o, b_1, b_2, ...b_k = Koefisien, dan

e = variabel *eror*

Jika asumsi-asumsi di atas tidak terpenuhi, maka pendugaan parameter, pengujian hipotesis dan peramalan akan mengakibatkan kekeliruan. Oleh karena itu, diperlukan pendalaman mengenai asumsi-asumsi tersebut, terutama yang sering ditemukan dalam analisis regresi, yaitu asumsi non multikoliniearitas, asumsi homoskedastisitas dan asumsi non serial korelasi. Pada penelitian ini, uji analisis regresi sederhana yang digunakan adalah

1. Uji Statistik

a. Uji *t*

Uji *t* adalah bentuk pengujian koefisien regresi secara parsial yang digunakan untuk mengetahui, besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas dalam mempengaruhi perubahan variabel terikat. Dalam melakukan pengujian diasumsikan variabel bebas lainnya dalam keadaan konstan. Pengujian ini menggunakan asumsi bahwa data menyebar normal dengan sifat independen dan identikal, dari dua sampel populasi dan jumlahnya tidak harus sama (Silalahi, 2009).

Tujuan pengujian yaitu untuk membandingkan rata-rata dari dua variabel bebas, yang memiliki ada atau tidaknya persamaan antar variabel satu dengan yang lainnya. Pengujian ini menggunakan uji dua sisi, dengan langkah-langkah sebagai berikut

i. Merumuskan formula hipotesis :

H0 : b1 = 0

Ha : b1 ≠ 0

ii. Menentukan *level of significance* (α) sebesar 5% Silalahi (2009).

iii. Menentukan t_{tabel} dan menghitung t_{hitung}

$$t_{tabel} \rightarrow t_{a/2:n-k}$$

Keterangan

a = Derajat signifikansi = 5%; a = 0,05

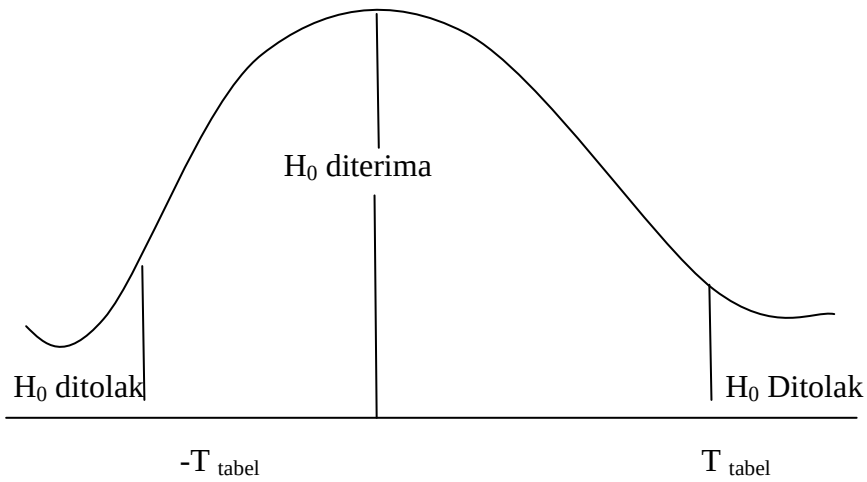
n = Jumlah sampel (observasi)

k = Banyaknya parameter dalam model termasuk intersep

$$t\ tabel \longrightarrow \frac{\beta i}{Se(\beta i)}$$

βi = Parameter

Se(βi) = *standart error* parameter



Kriteria pengujian

a) Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq +t_{tabel}$, H0 diterima dan Ha ditolak.

Kesimpulannya b1 sama dengan nol (b1 tidak signifikan pada a=5%), dapat dikatakan bahwa X1 secara statistik tidak berpengaruh terhadap Y.

b) Jika thitung $\leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq +t_{tabel}$, H0 ditolak dan Ha diterima.

Kesimpulannya b1 berbeda dengan nol (b1 signifikan pada a=5%), dapat dikatakan bahwa X1 secara statistik berpengaruh terhadap Y.

Kriteria lainnya yang dapat digunakan untuk menguji signifikan/tidaknya koefisien regresi, yaitu dengan melihat *p-value* dari hasil *print-out software* pengolahan data.

Jika *p-value* > α=0,05, maka H0 diterima sehingga Xi tidak signifikan terhadap Y.

Jika *p-value* < α=0,05, maka H0 ditolak sehingga Xi signifikan terhadap Y.

2. Uji *F*

Uji *F* adalah uji koefisien regresi secara bersama-sama untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya, langkah-langkahnya sebagai berikut

1) Merumuskan formula hipotesis

H0 : b1=b2=b3=b4=b5=0

Ha : b1≠b2≠b3≠b4≠b5≠0

2) Menentukan *level of significance* (α) sebesar 5%

3) Menentukan F tabel dan menghitung F hitung

Ftabel ⟶ Fa, n-k, k-1

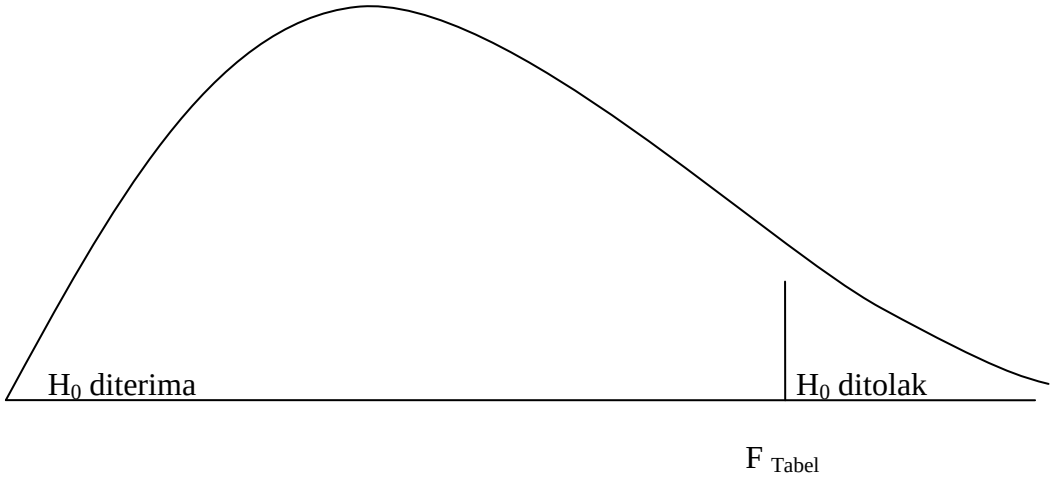
$$\frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan

R2 = Koefisien determinasi

k = Banyaknya parameter dalam model termasuk intersep

n = Jumlah sampel



4) Kriteria pengujian

a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H0 diterima dan Ha ditolak. Kesimpulannya bahwa b1, b2, b3, b4 dan b5 tidak berbeda dengan nol, dapat dikatakan bahwa semua koefisien regresi/parameter secara bersama-sama tidak signifikan pada α=5%.

b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya bahwa b1, b2, b3, b4, b5 tidak sama dengan nol, dapat dikatakan bahwa semua koefisien regresi/parameter secara bersama-sama signifikan pada a=5%.

3. *Goodness of Fit* atau Koefisien Determinasi (R2)

Menurut Silalahi (2009), koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen). Koefisien determinasi (R2) menunjukkan seberapa besar persentase variasi yang terjadi pada variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam model. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persen (%) sehingga harus dikalikan dengan 100%. Nilai R2

terletak antara 0 dan 1 ($0 \leq R2 \leq 1$). Jika R2=1, artinya garis regresi tersebut menjelaskan 100% variasi dalam variabel terikat dan sebaliknya. Namun, jika R2=0, artinya garis regresi tersebut tidak menjelaskan sedikitpun variasi dalam variabel terikat. Oleh karena itu, suatu model dikatakan lebih baik apabila koefisien determinasinya mendekati satu.