

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Pariwisata

Spillane (1994) mendefinisikan pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Sedangkan menurut Oka A. Yoeti (2008), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang di selenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Salah Wahab (2003) mengemukakan definisi pariwisata yaitu, pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Menurut pendapat RG. Soekadijo (2000) Pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Suyitno (2001) tentang

Pariwisata sebagai berikut :

- a. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
- b. Melibatkan beberapa komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, obyek wisata, souvenir dan lain-lain.
- c. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.
- d. Tidak untuk mencari nafkah di tempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi, karena uang yang di belanjakannya dibawa dari tempat asal.

Pariwisata dapat menciptakan permintaan yang dilakukan oleh wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Menurut Sadono Sukirno (2010), permintaan adalah jumlah barang yang diminta oleh pembeli dalam pasar pada berbagai tingkat harga. Sedangkan menurut McEarchen (2001) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut.

Permintaan yang dilakukan oleh individu terhadap suatu komoditas dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang menentukan permintaan masyarakat terhadap suatu barang, yaitu : harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa

masyarakat, jumlah penduduk dan ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang (Sudono Sukirno, 2010).

2. Objek Wisata

Pengertian obyek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Obyek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya (Marpaung, 2002).

Menurut UU RI No 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu pembangunan obyek dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata. Dalam undang-undang di atas, yang termasuk obyek dan daya tarik wisata terdiri dari :

1. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya,

pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.

3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi :
Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.

3. Ekonomi Lingkungan

Ekonomi lingkungan adalah ilmu yang mempelajari tentang kegiatan manusia dalam memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan lingkungannya yang terbatas sehingga fungsi atau peranan SDA dan lingkungan tersebut dapat dipertahankan dan bahkan penggunaannya dapat ditingkatkan dalam jangka panjang atau berkelanjutan. Dari sudut pandang ekonomi, masalah lingkungan timbul, karena biaya lingkungan tidak dimasukkan ke dalam biaya produksi, sehingga menyebabkan kerugian bagi orang lain atau pasar. Dalam hal ini, masalah lingkungan menyebabkan inefisiensi alokasi sumber daya alam dan lingkungan dalam proses produksi. Dalam konteks tersebut, SDA dan lingkungan menjadi :

- (1) Penyedia bahan baku
- (2) Penyedia fasilitas
- (3) Wadah untuk limbah

(Wikipedia, 2013)

Seiring berkembangnya waktu dan semakin meningkatnya pembangunan demi meningkatkan kesejahteraan manusia, ternyata fungsi atau peranan lingkungan telah menurun dari waktu ke waktu. Jumlah bahan mentah yang dapat disediakan lingkungan alami telah semakin berkurang dan menjadi langka. Kemampuan alam untuk mengelola limbah juga semakin berkurang karena terlalu banyaknya limbah yang harus ditampung melebihi daya tampung lingkungan, dan kemampuan alam menyediakan kesenangan juga semakin berkurang karena banyak sumber daya alam dan lingkungan yang telah diubah fungsinya atau karena meningkatnya pencemaran (Suparmoko, 2000).

4. Manfaat Wisata Alam sebagai Komuniti Ekonomi

Potensi wisata pada suatu kawasan objek wisata, akan memiliki dampak pada perekonomian. Pengelolaan sumber daya 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. Dua hal penting yang membedakan rekreasi alam dengan hasil hutan lainnya adalah :

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

5. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu bentuk upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan baik atas nilai pasar (*market value*) maupun nilai non pasar (*non market value*) (Fauzi, 2006). Penilaian ekonomi dalam konteks lingkungan hidup adalah tentang pengukuran preferensi dari masyarakat untuk lingkungan hidup yang baik dibandingkan terhadap lingkungan yang jelek (Puswanhari, 2003).

Menurut Barbier (1997) dalam Irmadi (2004), ada tiga jenis pendekatan penilaian sebuah ekosistem alam yaitu *impact analysis*, *partial analysis* dan *total valuation*. Pendekatan *impact analysis* dilakukan apabila nilai ekonomi ekosistem dilihat dari dampak yang mungkin timbul sebagai akibat dari aktivitas tertentu, misalnya akibat reklamasi pantai terhadap ekosistem pesisir. Pendekatan *partial analysis* dilakukan dengan menetapkan dua atau lebih alternatif pilihan pemanfaatan ekosistem. Sementara itu, pendekatan *total valuation* dilakukan untuk menduga total kontribusi ekonomi dari sebuah ekosistem tertentu kepada masyarakat.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh para pembuat kebijakan adalah bagaimana menilai suatu sumber daya alam secara komprehensif. Penilaian tidak hanya mengenai *market value* dari barang yang dihasilkan dari suatu sumber daya, melainkan juga jasa yang ditimbulkan oleh sumber daya tersebut. Pertanyaan yang sering timbul dalam proses penilaian misalnya bagaimana mengukur atau menilai jasa tersebut padahal konsumen tidak mengkonsumsinya secara langsung.

Lebih lagi jika konsumen tidak pernah mengunjungi tempat dimana sumber daya alam tersebut berada (Irmadi, 2004).

Salah satu cara untuk melakukan valuasi ekonomi adalah dengan menghitung Nilai Ekonomi Total (NET). Nilai Ekonomi Total adalah nilai-nilai ekonomi yang terkandung dalam suatu sumber daya alam, baik nilai guna maupun nilai fungsional yang harus diperhitungkan dalam menyusun kebijakan pengelolaannya sehingga alokasi dan alternatif penggunaannya dapat ditentukan secara benar dan mengenai sasaran. Nilai Ekonomi Total (NET) dapat dipecah-pecah ke dalam beberapa komponen. Sebagai ilustrasi misalnya dalam konteks penentuan alternatif penggunaan lahan dari ekosistem terumbu karang. Berdasarkan hukum biaya dan manfaat (*a benefit-cost rule*), keputusan untuk mengembangkan suatu ekosistem terumbu karang dapat dibenarkan apabila manfaat bersih dari pengembangan ekosistem tersebut lebih besar dari manfaat bersih konservasi. NET ini juga dapat diinterpretasikan sebagai NET dari perubahan kualitas lingkungan hidup (Irmadi, 2004).

Nilai ekonomi total adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sumber daya alam baik nilai guna maupun nilai fungsionalnya (Djijono, 2002). Nilai ekonomi total dapat ditulis dalam persamaan matematik sebagai berikut:

$$TEV = (DUV + IUV + OV) + (XV + VB)$$

Keterangan :

- TEV : *Total Economic Value* (Nilai Ekonomi Total)
DUV : *Direct Use Value* (Nilai Manfaat Langsung)
IUV : *Indirect Use Value* (Nilai Manfaat Tidak Langsung)
OV : *Option Value* (Nilai Pilihan)
XV : *Exsistence Value* (Nilai Keberadaan)
VB : *Beques Value* (Nilai Warisan)

Total economic value (TEV) pada dasarnya sama dengan net benefit yang diperoleh dari sumber daya alam, namun didalam konsep ini nilai yang dikonsumsi oleh seorang individu dapat dikategorikan ke dalam dua komponen yaitu *use value* dan *non-use value* (Susilowati, 2002).

Nilai ekonomi (*economic value*) dari suatu barang atau jasa diukur dengan menjumlahkan kehendak untuk membayar (*willingness to pay / WTP*) dari banyak individu terhadap barang atau jasa yang dimaksud. WTP merefleksikan preferensi individu untuk membayar suatu barang yang dipertanyakan. Dengan demikian, valuasi ekonomi dalam konteks lingkungan hidup adalah pengukuran preferensi masyarakat akan lingkungan hidup yang baik dibandingkan terhadap lingkungan hidup yang buruk (Fauzi, 2010).

Dalam konteks ilmu ekonomi sumber daya alam dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan sudah cukup banyak berkembang. Menurut Hufschmidt dalam Djijiono (2000) secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) pada sumber daya alam dan lingkungan pada

dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survey.

1. Pendekatan Orientasi Pasar :

- a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang jasa :
 - Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
 - Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*)

- b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan :
 - Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - Biaya penggantian (*replacement cost methods*)
 - Proyek bayangan (*shadow project methods*)
 - Analisa keefektifan biaya

- c. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*)
 - Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - Pendekatan nilai kepemilikan
 - Pendekatan lain terhadap nilai tanah
 - Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*)
 - Penerimaan kompensasi

2. Pendekatan Orientasi Survei

- a. Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*)
- b. Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept*)

Valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan dapat digunakan untuk menunjukkan keterkaitan antara konservasi lingkungan dan pembangunan ekonomi, oleh karena itu valuasi ekonomi dapat menjadi salah satu metode penting dalam peningkatan apresiasi dan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Terdapat dua metode pendekatan yaitu valuasi yang menggunakan fungsi permintaan (*demand approach*) dan valuasi yang tidak menggunakan fungsi permintaan (*non-demand approach*).

Dalam membuat kebijakan yang akan diterapkan, pemerintah menggunakan pendekatan yang tidak menggunakan fungsi permintaan (*non-demand approach*) atau yang dikenal dengan pendekatan non-pasar. Pendekatan non-pasar digunakan untuk menilai biaya dampak lingkungan sehingga dapat ditentukan respon kebijakan yang akan diterapkan. Terdapat metode pendekatan non pasar, diantaranya : Metode Nilai Kekayaan (*Hedonic Price Method*), Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*), dan Metode Valuasi Kontingensi (*Contingensi Valuation Method*).

1. Metode Nilai Kekayaan (*Hedonic Price Method*)

Salah satu metode penilaian terhadap lingkungan yang digunakan untuk menentukan keterkaitan yang muncul antara tingkat jasa yang dihasilkan dengan lingkungan harga suatu barang yg mempunyai nilai pasar. Metode ini juga dapat digunakan untuk mengukur *benefit* dan biaya ekonomi yang terkait dengan kualitas lingkungan, meliputi polusi udara, polusi air maupun kebisingan serta kenyamanan lingkungan (Turner, 1994).

Pendekatan ini merupakan suatu teknik penilaian lingkungan berdasarkan atas perbedaan harga sewa lahan atau harga sewa rumah. Dengan asumsi bahwa perbedaan ini disebabkan oleh perbedaan kualitas lingkungan. Untuk mendapatkan harga didasarkan atas kesanggupan orang untuk membayar (*willingness to pay*) lahan atau komoditas lingkungan sebagai cara untuk menduga secara tidak langsung bentuk kurva permintaannya sehingga nilai perubahan kualitas lingkungan tersebut dapat ditentukan.

2. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Salah satu pendekatan awal yang dipakai para ekonom lingkungan untuk menaksir *demand* atas manfaat lingkungan, sebuah metode yang menggunakan biaya perjalanan sebagai pengganti harga (Turner, 1994).

Pendekatan teknik ini dilakukan melalui pertanyaan yang difokuskan pada peningkatan biaya perjalanan sebagai pasar pengganti. Pendekatan ini menggunakan harga pasar dari barang-barang untuk menghitung nilai jasa lingkungan yang tidak diperdagangkan melalui mekanisme pasar. Nilai atau harga transaksi merupakan kesediaan seseorang untuk membayar terhadap suatu komoditi yang diperdagangkan dengan harapan dapat mengkonsumsinya dan mendapatkan kepuasan darinya.

3. Metode Valuasi Kontingensi (*Contingensi Valuation Method*)

Metode valuasi kontingensi digunakan untuk mengestimasi nilai ekonomi untuk berbagai macam ekosistem dan jasa lingkungan. Metode ini menggunakan

pendekatan kesediaan untuk membayar atau menerima ganti rugi agar sumber daya alam dan lingkungan tersebut tidak rusak.

Metode ini merupakan teknik dalam menyatakan preferensi, karena menanyakan orang untuk menyatakan penilaian, penghargaan mereka. Pendekatan ini juga memperlihatkan seberapa besar kepedulian terhadap suatu barang dan jasa lingkungan yang dilihat dari manfaatnya yang besar bagi semua pihak sehingga upaya pelestarian diperlukan agar tidak kehilangan manfaat itu. Pendekatan CVM dilakukan dengan cara menentukan kesediaan membayar (*willingness to pay*) dari konsumen (Turner, 1994).

Keuntungan utama dengan menggunakan CVM : (1) mengetahui *non use values* dan (2) dapat diterapkan untuk berbagai isu lingkungan seperti kerusakan dan upaya pemulihan (Coller dan Harrison, 1995 dalam Yulianti, 2002). Selain keuntungan tersebut, Sorg (dalam Lee, 1998) menambahkan bahwa metode kontingensi juga mampu mengestimasi WTP individu untuk perubahan-perubahan hipotesis dari aktivitas-aktivitas rekreasi sekarang dan mampu menilai perjalanan dengan berbagai tujuan.

Pendekatan ini disebut *contingent* (tergantung) karena pada prakteknya informasi yang diperoleh sangat tergantung pada hipotesis yang dibangun. Metode valuasi kontingensi pada hakikatnya bertujuan untuk mengetahui :

1. Kesediaan untuk membayar (WTP) dari masyarakat, misalnya terhadap perbaikan kualitas lingkungan (air, udara, dsb).
2. Kesediaan untuk menerima (WTA) kerusakan suatu lingkungan.

Karena teknik pada metode valuasi kontingensi ini didasarkan pada asumsi dasar mengenai hak kepemilikan (Garrod and Willis, 1999), jika seseorang ditanya bukan mengenai hak atas barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam, pengukuran yang relevan adalah keinginan membayar yang maksimum (*maximum willingness to pay*) untuk memperoleh barang tersebut. Sebaliknya jika individu yang kita tanya memiliki hak atas sumber daya tersebut, pengukuran yang relevan adalah keinginan untuk menerima (*willingness to accept*) kompensasi yang paling minimum atas hilang atau rusaknya sumber daya alam yang ia miliki. Dalam tahap operasional penerapan pendekatan metode valuasi kontingensi dilakukan dalam lima tahapan atau proses.

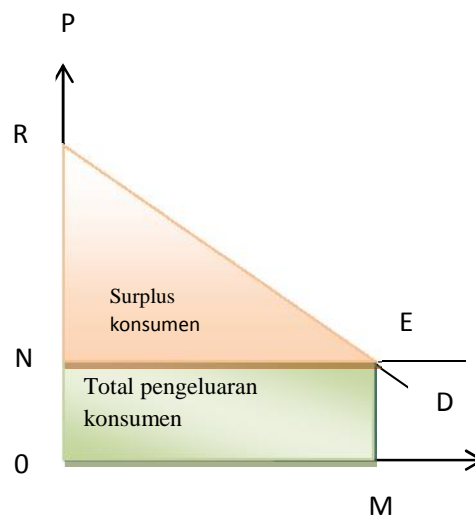
6. Surplus Konsumen

Surplus konsumen pada hakikatnya berarti perbedaan diantara kepuasan yang diperoleh seseorang dalam mengkonsumsi sejumlah barang dengan pembayaran yang harus dibuat untuk memperoleh barang tersebut. Kepuasan yang diperoleh selalu lebih besar dari pada pembayaran yang dibuat konsumen (Aditya, 2012).

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen terjadi karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berasal pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab terjadinya surplus konsumen, karena konsumen membayar untuk setiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh

karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama (Samuelson, 1990).

Pada pasar yang berfungsi dengan baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit terakhir produk yang diperdagangkan yang merefleksikan nilai dari unit produk yang diperdagangkan (Djijiono, 2002). Secara sederhana surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak diantara kurva permintaan dan garis harga (Samuelson dan Nordaus, 1990).



Sumber : Sukirno Tahun 2002

Gambar 2. Surplus Konsumen dalam Grafik

Keterangan:

- OREM : Total utilitas/kemampuan membayar konsumen
 ONEM : Biaya barang bagi konsumen
 NRE : Total nilai surplus konsumen

Konsumen mengkonsumsi sejumlah barang M , dengan kemauan membayar sebesar harga yang dicerminkan oleh manfaat marjinal pada tingkat konsumsi tersebut. Dengan melihat perbedaan dalam jumlah yang dikonsumsi, kemauan seseorang membayar berdasarkan fungsi manfaat marginal dapat ditentukan. Hasilnya adalah kurva permintaan individu untuk Q (Gambar 2.1). Kurva permintaan tersebut dikenal dengan nama kurva permintaan Marshall (Djijono, 2002).

Digunakannya kurva permintaan Marshall, karena kurva permintaan tersebut dapat diestimasi langsung dan dapat mengukur kesejahteraan konsumen melalui surplus konsumen, sedangkan kurva permintaan Hicks mengukur kesejahteraan konsumen melalui kompensasi pendapatan (Djijono, 2002).

7. Kesiediaan Untuk Membayar (*Willingnes To Pay*)

Jasa-jasa lingkungan pada dasarnya dinilai berdasarkan *willingness to pay* (WTP) dan *willingnes to accept* (WTA). *Willingness to pay* dapat diartikan sebagai berapa besar orang mau membayar untuk memperbaiki lingkungan yang rusak (kesediaan konsumen untuk membayar), sedangkan *willingness to accept* adalah berapa besar orang mau dibayar untuk mencegah kerusakan lingkungan (kesediaan produsen menerima kompensasi) dengan adanya kemunduran kualitas lingkungan. Kesiediaan membayar atau kesiediaan menerima merefleksikan preferensi individu, kesiediaan membayar dan kesiediaan menerima adalah parameter dalam penilaian ekonomi (Irawan, 2002).

Willingness to Pay (WTP) adalah ketersediaan pengguna untuk mengeluarkan imbalan atas barang atau jasa yang diterimanya. Pendekatan yang digunakan dalam metode *willingness to pay* ini didasarkan pada preferensi dan persepsi pengguna terhadap tarif dari barang atau jasa tersebut (Setiarini, 2008).

B. Tinjauan Empiris

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ermayanti, 2012	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park dengan Metode Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi	Analisis Regresi Linier Berganda, uji asumsi klasik, CVM	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil analisis regresi linier dengan bentuk semi-log untuk yang CVM menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan variabel usia berpengaruh signifikan pada tingkat signifikansi 5% terhadap kesediaan membayar (WTP). • Hasil analisis WTP pengunjung terhadap harga tiket masuk dilihat dari CVM bahwa pengunjung Objek Wisata Ndayo Park bersedia untuk membayar sebesar Rp. 9.430,00.

Lanjutan Tabel 4

No.	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
2.	Muryani,2013	Penerapan Proses Hirarki Analitik dan valuasi Ekonomi dalam Pengelola Sumber Daya Alam (studi kasus : Taman Nasional Ujung Kulon, Banten)	Analisis regresi Linier berganda, CVM	<ul style="list-style-type: none"> • Besarnya rata-rata WTP yaitu Rp. 15.000 sehingga potensi benefit yang bisa diperoleh sebesar Rp. 135juta • variabel umur,tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap penentuan besarnyaWTP.
3.	Nasir, 2009	Contingent Valuation Method Dalam Penaksiran Nilai Ekonomi Lokawisata Batu Raden di Purwokerto Kabupaten Banyuwangi-Jawa Tengah	OLS, uji asumsi klasik, uji statistik t dan f, CVM	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai ekonomi sebesar Rp. 1.285.500.000 • Variabel yang hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap WTP adalah Pendapatan, Pendidikan dan Kepuasan. Variabel Umur,konservasi,la pangan pekerjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap WTP.
4.	Dermawan, 2015	Valuasi ekonomi layanan ekosistem kawasan objek wisata gunung menumbing di Kabupaten Bangka Barat	Nilai Ekonomi Total (TEV)	Nilai ekonomi total (NET) kawasan Gunung Menumbing pada tahun penelitian sebesar Rp. 1.384.024.556.678,- atau US\$ 100.291.635,- (1US\$ = Rp.13.800).

Lanjutan Tabel 4

No.	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
5.	Dwijayanti, 2015	Analisis nilai WTP untuk menentukan Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Alam di Kabupaten Semarang Berbasis Sistem Informasi Geografis	Analisis Regresi Linier Berganda, uji Parsial, CVM	Berdasarkan hasil uji t maka, diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan untuk Umbul Sidomukti adalah <i>total cost</i> . Curug Semirang dipengaruhi oleh faktor <i>total cost</i> , Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan membayar seseorang untuk Umbul Sidomukti adalah pendapatan, manfaat dan kepentingan.