

**ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA
PANTAI SARI RINGGUNG KABUPATEN PESAWARAN
PROVINSI LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh
Hara Regina Oktavia Simamora



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

ABSTRAK

ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA PANTAI SARI RINGGUNG KABUPATEN PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Hara Regina Oktavia Simamora

Pada umumnya potensi obyek wisata yang terdapat di daerah didominasi oleh obyek wisata alam. Potensi sumberdaya alam hayati dan ekosistem tersebut kemudian dilakukan pengembangan dan pengelolaan dengan maksud menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk melakukan kunjungan ke suatu obyek wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dan penilaian pengunjung terhadap obyek wisata Pantai Sari Ringgung, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan pantai, dan mendapatkan nilai surplus konsumen.

Alat analisis dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan ke obyek wisata Pantai Sari Ringgung sebagai variabel terikat, sementara terdapat lima variabel sebagai variabel bebas, yaitu biaya perjalanan ke obyek wisata Pantai Sari Ringgung, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung, dan rekreasi alternatif. Hasil penelitian menunjukkan empat variabel berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke Pantai Sari Ringgung yaitu biaya perjalanan, pendapatan, persepsi pengunjung, dan rekreasi alternatif. Nilai surplus konsumen yang diperoleh menunjukkan kemampuan membayar pengunjung atas objek wisata Pantai Sari Ringgung masih jauh di atas biaya perjalanan rata-rata.

Kata kunci: Metode Biaya Perjalanan Individu, Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung, Pariwisata, Permintaan, Surplus Konsumen

ABSTRACT

A DEMAND ANALYSIS OF RECREATIONAL OBJECT OF PANTAI SARI RINGGUNG THE DISTRICT PESAWARAN LAMPUNG PROVINCE

By

Hara Regina Oktavia Simamora

In general, the tourism potential of the region is dominated by the natural resources. The potential of natural resources and ecosystems are then conducted the development and management with the intention to attract domestic and foreign tourists to make a visit. The purpose of this study are to determine the characteristics and perceptions of visitors to Sari Ringgung Beach, know the factors that influence the number of visits to the beach, and get the value of the consumer surplus.

The analysis tool in this research is linear regression with the number of visits to Sari Ringgung Beach as the dependent variable, while there are five variables as independent variables, namely the cost of travel to Sari Ringgung Beach, income, distance, visitor perceptions, and recreation alternative. The results showed four variables affect the number of visits to Sari Ringgung Beach those are travel cost, income, visitor perceptions, and recreational alternatives. Consumer surplus value obtained demonstrate the ability to pay over the visitor attraction Sari Ringgung Beach still well above the average cost of the trip.

Keywords: Consumer Surplus, Demand, Individual Travel Cost Method, Sari Ringgung Beach, Tourism

**ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA
PANTAI SARI RINGGUNG KABUPATEN PESAWARAN
PROVINSI LAMPUNG**

Oleh
Hara Regina Oktavia Simamora

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA PANTAI
SARI RINGGUNG KABUPATEN PESAWARAN
PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Hara Regina Oktavia Simamora**

No. Pokok Mahasiswa : **1211021060**

Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



[Signature]

Dr. Hi. Toto Gunarto, S.E., M.Si.
NIP 19560325 198303 1 002

[Signature]

Emi Maimunah, S.E., M.Si.
NIP 19800218 200501 2 002

2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

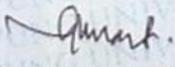
[Signature]

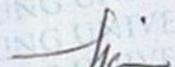
Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

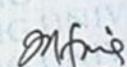
NIP 19660621 199003 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Hi. Toto Gunarto, S.E., M.Si. 

Penguji Utama : Dr. Lies Maria Hamzah, S.E., M.E. 

Sekretaris : Emi Maimunah, S.E., M.Si. 

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP 19610904 198703 1 011

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai peraturan yang berlaku.”

Bandar Lampung, Juli 2016



Penulis

Hara Regina Oktavia Simamora

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Liwa pada tanggal 13 Oktober 1994, sebagai anak pertama dari tiga bersaudara, buah hati pasangan Bapak Mariden Hilarius Simamora dan Ibu Vietlys Sitorus.

Penulis memulai pendidikan formal di SD Negeri 1 Way Mengaku Lampung Barat pada tahun 2000 dan melanjutkan di SMP Negeri 1 Liwa Lampung Barat yang diselesaikan pada tahun 2009. Sekolah menengah atas ditempuh penulis di SMA Negeri 1 Liwa dan diselesaikan pada tahun 2012.

Pada tahun 2012, penulis diterima sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung jurusan Ekonomi Pembangunan. Penulis aktif di Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Unila sejak tahun 2012 sebagai anggota muda dan berakhir enam bulan kemudian. Pada tahun terakhir penulis aktif di komunitas kerohanian yaitu Persekutuan Keluarga Mahasiswa Kristen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (PKMK FEB) Unila sebagai sekretaris & bendahara.

MOTTO

“Tetapi carilah dahulu Kerajaan Allah dan kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu”

(Matius 6:33)

“Pray as if everything depends on God, Work as if everything depends on you”

(St. Augustine)

“Saat Allah diutamakan, maka yang lain akan disempurnakan”

(Penulis)

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Bapak dan Mama terkasih,
serta adik-adikku, Yustinus dan Caecilia tersayang

SANWACANA

Puji dan syukur bagi Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria, karena atas rahmat dan penyertaan-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi dengan judul “Analisis Permintaan Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak terbantu dan didukung oleh berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan penuh kasih penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan;
3. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan serta Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran, serta memberikan saran dan kritik kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini;
4. Bapak Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas kesediaannya untuk memberikan bimbingan, saran dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini;

5. Bapak Heru Wahyudi, S.E.,M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan nasihat selama penulis menjadi mahasiswa di jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung;
6. Pembina PKMK FEB Unila, Ibu Dr. Dorothy Rouly Panjaitan, S.E., M.S dan Ibu Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si;
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang bermanfaat selama masa perkuliahan;
8. Dinas dan lembaga yang mendukung penelitian ini, khususnya Kesbangpol Provinsi Lampung, Kesbangpol Kabupaten Pesawaran dan Pengelola Pantai Sari Ringgung;
9. Bapak dan Mama tersayang, M. Simamora dan V. Sitorus. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, pengorbanan, dan doa yang dicurahkan selama ini;
10. Kedua adikku terkasih, Yustinus Utus Fernando Simamora dan Caecilia Aprisia Simamora, yang telah menjadi motivasiku untuk bisa menjadi inspirasi bagi mereka agar kelak menjadi orang yang berhasil serta dapat membanggakan dan membahagiakan Bapak dan Mama;
11. Keluarga besar Opung Yustinus Simamora dan Opung Erinne Sitorus, khususnya Opung boru, Tante Lesta, Uda Deson, Tulang Mori, dan Tante Nora yang senantiasa mendoakan dan mendukung baik dalam bentuk materiil maupun moril;

12. Sahabat selama masa perkuliahan, Lorentina Nainggolan, Yulianti Siadari, Intan Larasati, dan Wayan Ari Suda yang selalu memberikan keceriaan, semangat dan dukungan;
13. Sahabat tersayang Puspita Felani dan Diyan Frastika Ningsih yang selalu setia mendukung dan mendorong penulis khususnya selama proses penyelesaian skripsi ini;
14. Pengurus sekaligus keluarga di PKMK FEB Unila tahun 2015-2016 yang terkasih: Lastiur, Hanny, Riana, Roni, Dwi, Rani, Desi, Ririn, Rachel, Julian, Donna, Yuli Purba, Bang Jeka. Terima kasih telah hadir dalam kehidupanku, terima kasih untuk dukungan dan segenap doa yang disampaikan dengan tulus hati. Aku mengasihi kalian semua;
15. PPS (Punguan Pomparan Simamora) tersayang: Antonius Slamet Marulitua Simamora, Yohannes Parlindungan Simamora, Imanuel Widi Prasetyo, Dela Syntia Sihombing, Ester Marnita Purba, Agnes Citra Rahayu Simatupang, Delvy Otista Manurung, dan Yustinus. Terima kasih telah hadir sebagai penyemangat dan penghibur;
16. Teman-teman yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi dan Tugas Akhir: Robert, Rosana, Marya Redes, Exaudio, Joshua, Juliandi, Steven, Emmy, dan Emia.
17. PKK terkasih, Kak Rica Widya Pardosi; Teman KK, Natalina Tiffany Namora Sagala dan Reminta Ulina Simbolon; serta AKK terkasih, Frisilya Sembiring, Novyanti Sagala, Lia Nainggolan, dan Briyana Nikoyoma.

18. Rekan survey yang penuh semangat, Parlin, Dela, Yuli, Steven, dan Pio.
Terima kasih telah meluangkan waktu dan tenaga untuk menemani saat pra penelitian dan wawancara.
19. Teman-teman Ekonomi Pembangunan 2012 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, khususnya kawan seperjuangan bimbingan Almira, Rina, Rizka, Devina, Frisca, May, Mutiara, Renicha, Arli, Shinta, Devani, Adib, Rizky, Kahfi, dan Ageng, serta teman-teman yang menjadi tempat bertukar pikiran, Jefry, Puspa, Selvy, Faisal, dan Medi.
20. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Ibu Hidayah, Mas Feri, Bu Yati, Pak Kasim, dan Mas Usman.
21. Kakak tingkat dan Adik tingkat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
22. Almamater tercinta Universitas Lampung
23. Berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Bandar Lampung, Juli 2016

Penulis

Hara Regina Oktavia Simamora

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
E. Kerangka Pemikiran	16
F. Hipotesis Penelitian	20
II. TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Landasan Teori	21
1. Pengertian Pariwisata	21
2. Jenis-Jenis Pariwisata	22
3. Permintaan Rekreasi Alam	24
4. Pendekatan Penilaian Manfaat Rekreasi	26
5. Surplus Konsumen	35
B. Penelitian Terdahulu	38
III. METODE PENELITIAN	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
B. Metode Pengambilan Sampel	45
C. Jenis dan Sumber Data	47
D. Definisi Operasional	47
E. Alat Analisis	49
1. Metode Deskriptif	49
2. Skala Ordinal	49
3. Transformasi Skala Ordinal Menjadi Skala Interval	50
4. Metode Analisis dan Teknik Analisis Data	50
5. Pendugaan Surplus Konsumen	52
F. Uji Instrumen	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	53
G. Uji Asumsi Klasik	54
1. Heterokedastisitas	54
2. Normalitas	55
3. Multikolinearitas	56

4. Autokorelasi	57
H. Uji Hipotesis	57
1. Uji Signifikansi Individu (Uji t).....	57
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	58
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
B. Karakteristik Pengunjung Pantai Sari Ringgung	61
1. Faktor Demografi	61
2. Asal Daerah	64
3. Frekuensi Kunjungan	64
4. Lama Kunjungan	65
5. Sumber Informasi Lokasi	66
6. Waktu Kerja Per Bulan	67
7. Jarak Tempuh	67
8. Waktu Tempuh.....	68
C. Persepsi Pengunjung Mengenai Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung	68
1. Aksesibilitas	68
2. Keindahan Alam.....	69
3. Kebersihan.....	70
4. Keamanan.....	71
5. Fasilitas Pendukung	72
6. Sarana Wisata.....	74
7. Usaha Pendukung.....	75
8. Harga Tiket Masuk.....	76
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner	77
1. Uji Validitas	77
2. Uji Reliabilitas	78
E. Permintaan Kunjungan Pantai Sari Ringgung.....	78
1. Analisis Regresi	78
2. Elastisitas	79
3. Uji Asumsi Klasik	81
4. Uji Hipotesis	83
5. Pembahasan	86
F. Surplus Konsumen	91
G. Implikasi Penelitian.....	93
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Wisatawan Provinsi Lampung Tahun 2010-2014.....	4
2. Obyek Wisata Bahari di Kabupaten Pesawaran	9
3. Perkembangan Jumlah Pengunjung Pantai Sari Ringgung Bulan September 2015 sampai November 2015.....	11
4. Harga Tiket Masuk Pantai Sari Ringgung.....	12
5. Fasilitas di Pantai Sari Ringgung	13
6. Review Jurnal Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	38
7. Karakteristik Responden Pengunjung Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung berdasarkan Faktor Demografi	63
8. Karakteristik Responden Pengunjung Berdasarkan Asal Daerah	64
9. Karakteristik Responden Pengunjung Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	65
10. Karakteristik Responden Pengunjung Berdasarkan Lama Kunjungan	66
11. Karakteristik Responden Pengunjung Berdasarkan Sumber Informasi Lokasi	66
12. Karakteristik Responden Pengunjung Berdasarkan Waktu Kerja per Bulan	67
13. Karakteristik Responden Pengunjung Berdasarkan Jarak yang ditempuh.....	67
14. Karakteristik Responden Pengunjung Berdasarkan Waktu Tempuh.....	68
15. Hasil Uji Validitas Kuisisioner pada Pengunjung.....	77
16. Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner pada Pengunjung.....	78
17. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81
18. Hasil Uji Normalitas.....	82

19. Hasil Uji Multikolinearitas	82
20. Hasil Uji Autokorelasi.....	83
21. Hasil Uji t-Statistik.....	84
22. Hasil Uji F-Statistik.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. PDRB Provinsi Lampung Atas Dasar Harga Konstan 2000 menurut Lapangan Usaha, Tahun 2009-2013 (Juta Rupiah).....	3
2. Komposisi PDRB Atas Dasar Harga Berlaku menurut Lapangan Usaha Provinsi Lampung Tahun 2011	6
3. Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Pesawaran (Juta Rupiah), Tahun 2009 dan 2013	7
4. PDRB Atas Dasar Harga Konstan 2000 pada Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran Kabupaten Pesawaran (Juta Rupiah) Tahun 2009-2013.....	8
5. Kerangka Pemikiran	19
6. Klasifikasi Valuasi Non-Market.....	27
7. Hubungan antara Nilai Properti dan Kualitas Lingkungan	30
8. Surplus Konsumen	37
9. Letak Geografis Pantai Sari Ringgung	61
10. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Aksesibilitas, 2016.....	69
11. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Keindahan Alam, 2016	70
12. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Kebersihan, 2016	71
13. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Keamanan, 2016	72
14. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Fasilitas Pendukung, 2016	73
15. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Sarana Wisata, 2016	74
16. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Usaha Pendukung, 2016	76
17. Penilaian Responden Pengunjung Pantai Sari Ringgung mengenai Harga Tiket Masuk, 2016	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	L1
2. Data Mentah	L5
3. Uji Validitas	L8
4. Uji Reliabilitas.....	L10
5. Data Interval Variabel Persepsi Pengunjung.....	L12
6. Data Regresi	L14
7. Hasil Regresi <i>Ordinary Least Square</i>	L16
8. Hasil Uji Heterokedastisitas	L17
9. Hasil Uji Normalitas.....	L18
10. Hasil Uji Multikolinearitas	L19
11. Hasil Uji Autokorelasi.....	L20
12. Perhitungan Surplus Konsumen	L21
13. Tabel r.....	L23
14. Tabel t.....	L24
15. Tabel F untuk $\alpha = 0,05$	L25
16. Tabel <i>Chi-Squared</i>	L26

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang sebagian besar wilayahnya adalah perairan. Menurut PBB Tahun 2008, Indonesia merupakan negara berpantai terpanjang keempat di dunia setelah Amerika Serikat, Kanada dan Rusia. Panjang garis pantai Indonesia tercatat sepanjang 95.181 km. Letak Indonesia yang tepat berada di garis khatulistiwa menjadikan Indonesia dikenal sebagai negara tropis. Keadaan ini membuat pantai-pantai di Indonesia memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan negara lainnya. Keunikan tersebut di antaranya adalah karakteristik pantai yang eksotis dan menyimpan keanekaragaman hayati bawah laut. Pantai merupakan salah satu sumber daya alam dan lingkungan yang bersifat barang publik, sehingga siapa saja dapat menggunakannya. Potensi alam pantai bila dikembangkan sedemikian rupa dapat menjadi sumber pendapatan di suatu daerah yang merupakan bagian dari sektor pariwisata.

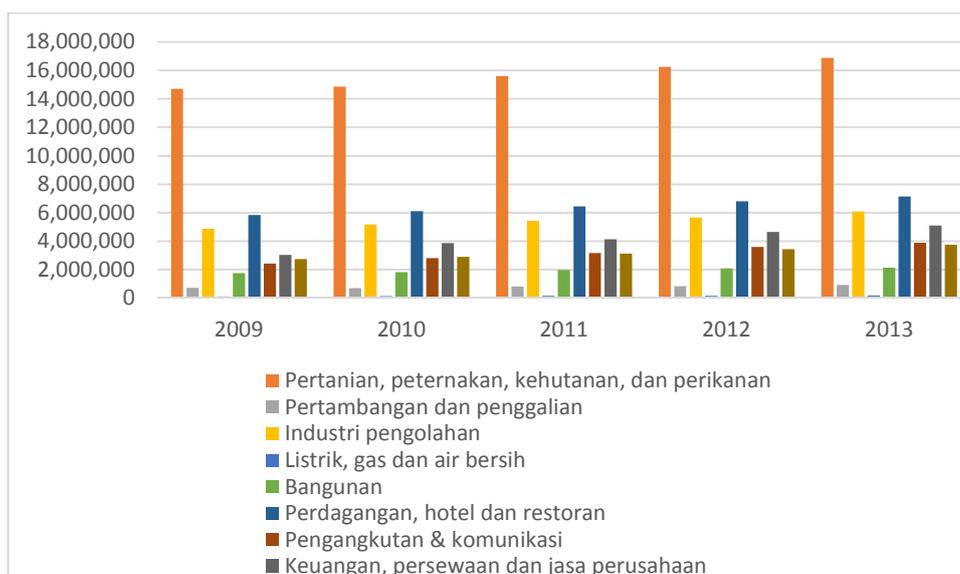
Spillane (dalam Rizkiyah, 2012) menyatakan bahwa secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi, yang pada gilirannya menimbulkan kegiatan

produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan belanja, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan (*Tourism Final Demand*) pasar barang dan jasa. Selanjutnya *Final Demand* wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (*Investment Derived Demand*) untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan dan restoran dan lain-lain. Kegiatan produksi barang dan jasa tersebut pada akhirnya akan menyerap tenaga kerja.

Secara jelas, dengan adanya sektor pariwisata di suatu daerah maka secara langsung maupun tidak langsung akan menggerakkan perekonomian di berbagai sektor di daerah tersebut. Sektor pariwisata berdampak langsung pada sektor hotel dan restoran. Sektor ini menyediakan jasa penginapan dan akomodasi makanan dan minuman bagi para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Sektor perdagangan juga akan terlibat aktif berkat dampak dari sektor pariwisata, baik itu perdagangan informal maupun perdagangan formal seperti jasa penyediaan paket travel. Permintaan akan jasa penyediaan air, listrik, dan gas sebagai akibat dari bertambahnya jumlah penduduk secara sementara akan berdampak kepada penerimaan di sektor Air, Listrik dan Gas. Demikian halnya dengan sektor lain, seperti Pertanian, Pengangkutan dan Komunikasi, serta sektor Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2014), perekonomian Provinsi Lampung digerakkan oleh tiga sektor ekonomi utama yang memiliki kontribusi di atas 15

persen, yaitu sektor pertanian, sektor industri pengolahan serta sektor perdagangan, hotel dan restoran seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1. Dominasi sektor-sektor tersebut dilihat dari besarnya kontribusi/sumbangan PDRB masing-masing sektor terhadap pembentukan total PDRB Lampung. Sektor pariwisata diwakili oleh sektor Perdagangan, hotel dan restoran.



Gambar 1. PDRB Provinsi Lampung Atas Dasar Harga Konstan 2000 menurut Lapangan Usaha, Tahun 2009-2013 (Juta Rupiah)

Sumber: BPS, 2014

Perkembangan pariwisata Provinsi Lampung cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Data Dinas Pariwisata Lampung pada 2014 ada 95 ribu wisatawan mancanegara dan 4,3 juta wisatawan lokal. Naik dari 75 ribu wisatawan mancanegara dan 3,3 juta wisatawan lokal. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Lampung memiliki potensi untuk melakukan pengembangan pariwisata dan pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan pariwisata Provinsi Lampung dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan, baik

wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Wisatawan Provinsi Lampung Tahun 2010-2014

Tahun	Wisatawan Nusantara (jiwa)	Wisatawan Mancanegara (jiwa)	Total (jiwa)	Pertumbuhan (%)
2010	2.136.103	37.503	2.173.606	7.61
2011	2.285.630	47.103	2.332.733	7.32
2012	2.581.165	58.205	2.639.370	13.14
2013	3.392.125	75.590	3.467.715	31.38
2014	4.327.188	95.528	4.422.716	27.53

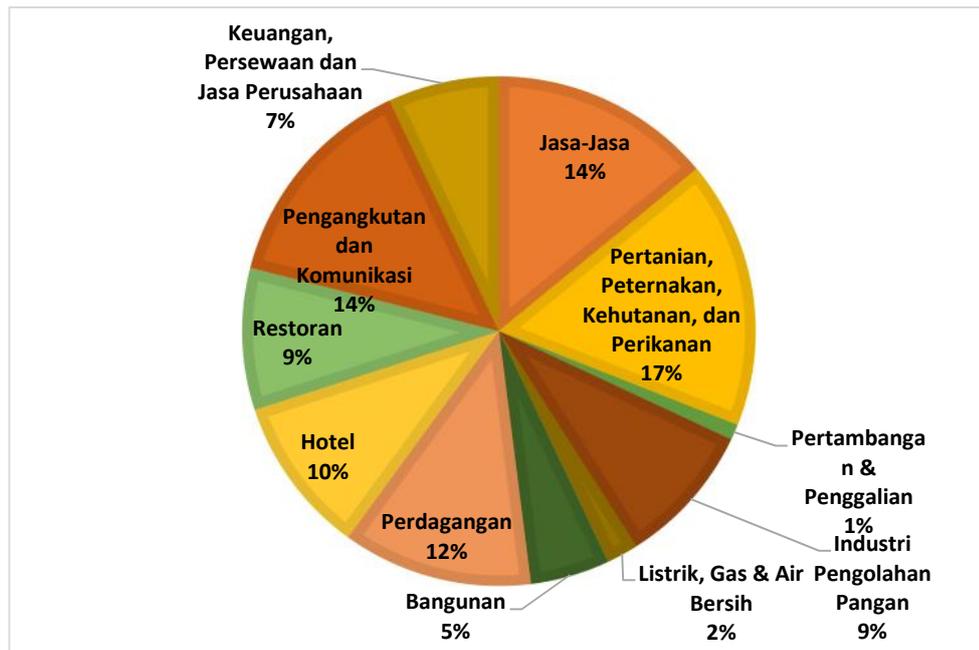
Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, 2015 (data diolah)

Tabel 1 menunjukkan tren yang terus mengalami kenaikan pada jumlah wisatawan nusantara dari Tahun 2010 hingga Tahun 2014. Demikian juga tren yang meningkat pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Secara bersama-sama, jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung meningkat dari tahun ke tahun. Jika dilihat dari pertumbuhan, perkembangan jumlah wisatawan masih fluktuatif. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan yang meningkat dari Tahun 2010 hingga 2013, namun menurun dari 31,38% di Tahun 2013 menjadi 27,53% di Tahun 2014. Namun secara keseluruhan, data di atas menunjukkan adanya potensi perkembangan pada sektor pariwisata.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang berada di Pulau Sumatera. Letaknya yang berada di ujung Pulau Sumatera dengan luas wilayah 34.623,80 km² membuat Lampung memiliki garis pantai yang terpanjang dibanding provinsi lainnya di Pulau Sumatera (BPS, 2014). Letak Lampung yang strategis yaitu sebagai pintu masuk ke Pulau Sumatera ditambah Lampung merupakan provinsi terdekat dari Pulau Jawa. Pulau Jawa merupakan pulau yang memiliki penduduk

terpadat di Indonesia. Hal ini menjadikan Provinsi Lampung berpotensi untuk menarik banyak kunjungan wisatawan domestik. Potensi pantai pesisir Lampung tidak kalah menarik dengan pantai Bali atau Lombok (lampungprov.go.id). Ini menjadi modal utama agar kepariwisataan Lampung dapat berkembang. Provinsi Lampung memiliki banyak pantai yang terkenal dan tersebar di beberapa kabupaten seperti Pantai Klara, Pantai Mutun, Pantai Tanjung Setia, Pantai Embe, Pantai Laguna, Pantai Sari Ringgung dan lain sebagainya.

Provinsi Lampung memiliki peluang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata. Hal ini didukung oleh kekayaan alam pantai yang dimiliki Provinsi Lampung. Dalam jangka panjang, Lampung dapat sejajar atau bahkan menyaingi Provinsi Bali yang sumber PAD-nya didominasi oleh sektor Pariwisata. Bali sangat dikenal dengan obyek wisata pantainya, selain wisata budaya yang juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Wisatawan yang datang ke Bali sendiri berasal dari dalam dan luar negeri. Dengan berfokus pada pengembangan pariwisata pantai (bahari), kontribusi sektor pariwisata menjadi sumber pendapatan terbesar pada PDRB provinsi Bali. Adapun komposisi PDRB Bali atas harga berlaku menurut lapangan usaha Tahun 2011 dapat dilihat pada grafik berikut ini.



Gambar 2. Komposisi PDRB Atas Dasar Harga Berlaku menurut Lapangan Usaha Provinsi Bali Tahun 2011

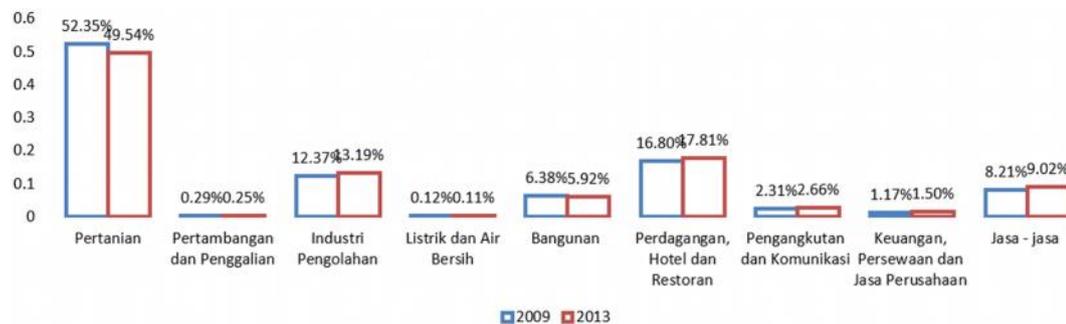
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2012

Sektor pariwisata secara umum ditunjukkan oleh sektor Hotel dan Restoran.

Berdasarkan Gambar 2 di atas, jumlah sektor hotel dan restoran sebesar 19% menunjukkan bahwa sektor pariwisata telah menjadi sektor utama pada pembentukan PDRB di Bali. Sektor Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan masih lebih rendah dari sektor Pariwisata, yaitu sebesar 17%.

Salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki potensi alam wisata pantai adalah Kabupaten Pesawaran. Kabupaten Pesawaran merupakan kabupaten yang terbentuk dari pemekaran Kabupaten Lampung Selatan. Letak sebagian wilayah Kabupaten Pesawaran yang berada di tepi teluk membuat Kabupaten Pesawaran memiliki beberapa *spot* pantai yang dijadikan tempat rekreasi. Selain itu, letak Kabupaten Pesawaran yang dekat dari Kota Bandar Lampung menjadikan kabupaten ini sebagai tujuan rekreasi bagi penduduk Ibu Kota

Provinsi Lampung. Terdapat tiga kecamatan yang terletak di wilayah pesisir, yaitu Kecamatan Punduh Pidada, Padang Cermin, dan Lubuk. Setiap pantai memiliki keunikan atau ciri khas masing-masing. Ada yang masih alami, dan ada yang dikelola sedemikian rupa sehingga pengunjung dikenakan sejumlah biaya untuk dapat masuk ke pantai tersebut. Pada umumnya pantai yang seperti ini dilengkapi dengan fasilitas tertentu seperti pondokan, permainan air, toilet, lahan parkir, dll. Semenjak memisahkan diri dari Kabupaten Lampung Selatan, Kabupaten Pesawaran secara mandiri mengelola kekayaan alam pantai agar menjadi nilai tambah sehingga dapat berkontribusi pada pembentukan PDRB Kabupaten Pesawaran. Berikut ini merupakan gambar perkembangan sektor-sektor ekonomi di PDRB Pesawaran.

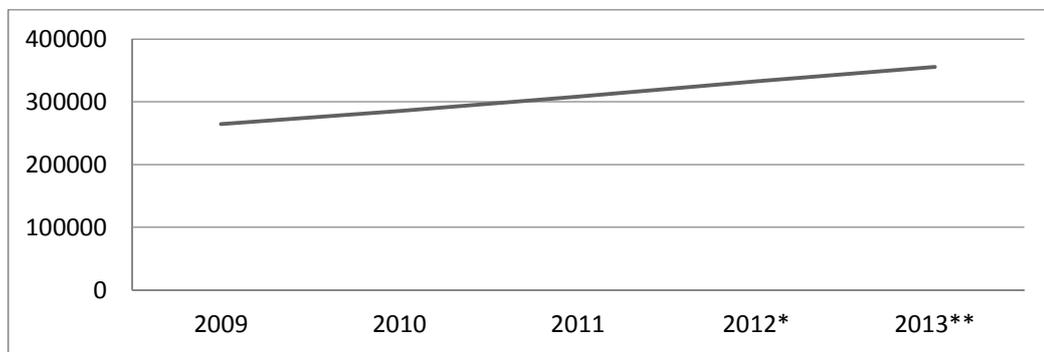


Gambar 3. Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Pesawaran (Juta Rupiah), Tahun 2009 dan 2013

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pesawaran, 2014

Gambar 3 di atas menunjukkan perbedaan pembentukan PDRB Kabupaten Pesawaran antara Tahun 2009 dan 2013. Sektor utama yang mendominasi pembentukan PDRB Kabupaten Pesawaran adalah sektor Pertanian yaitu sebesar 52,35% pada Tahun 2009. Kemudian disusul oleh sektor Perdagangan, hotel dan

restoran dan sektor Industri Pengolahan. Terlihat jelas bahwa kontribusi sektor pariwisata yang direfleksikan oleh sektor Perdagangan, hotel, dan restoran cukup mendominasi. Walaupun perkembangannya cenderung lambat dari 16,80% menjadi 17,81% dalam jangka waktu 5 tahun, sektor ini masih menjadi salah satu kontributor terbesar pada pembentuk PDRB Kabupaten Pesawaran. Kecenderungan pariwisata Kabupaten Pesawaran seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 4 juga mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun.



Gambar 4. PDRB Atas Dasar Harga Konstan 2000 pada Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran Kabupaten Pesawaran (juta rupiah) Tahun 2009-2013

Sumber: Badan Pusat Statistik Lampung, 2014

Kabupaten Pesawaran memiliki obyek wisata bahari yang beragam. Obyek wisata bahari tersebut berupa pantai dan pulau. Berdasarkan data Direktorat Pengembangan Potensi Daerah BKPM Tahun 2012, Kabupaten Pesawaran memiliki delapan obyek wisata pantai dan enam obyek wisata pulau dengan luas 1 ha sampai 42 ha yang tersebar di dua Kecamatan yaitu Kecamatan Padang Cermin dan Kecamatan Punduh Pidada. Berikut ini disajikan tabel yang menjelaskan obyek wisata bahari yang ada di Kabupaten Pesawaran.

Tabel 2. Obyek Wisata Bahari di Kabupaten Pesawaran

No	Nama Obyek Wisata	Luas (Ha)	Lokasi
1	Pantai Cuku Upas	10	Desa Gebang, Padang Cermin
2	Pantai Sekar Warna	7	Sukajaya Lempasing, Padang Cermin
3	THR Ringgung (akses ke Pulau Tegal)	6	Sidodadi, Padang Cermin
4	Pantai Mutun (akses ke Pulau Tegal)	6	Sukajaya, Lempasing, Padang Cermin
5	Pantai Kelapa Rapet	1,6	Desa Gebang, Padang Cermin
6	Pantai Umang-Umang	7	Padang Cermin
7	Pulau Tangkil	14	Padang Cermin
8	Pulau Sesorok	30	Padang Cermin
9	Pantai Kelapa Rapet Lunik	10	Punduh Pidada
10	Pulau Tegal		Padang Cermin
11	Pulau Mailem	1	Gebang, Padang Cermin
12	Pantai Pancur Permai	17	Sukarame, Punduh Pidada
13	Pulau Legundi		Punduh Pidada
14	Pulau Balak	42	Pagar Jaya, Punduh Pidada

Sumber: Direktorat Pengembangan Potensi Daerah BKPM, 2012

Tabel 2 di atas menunjukkan obyek wisata bahari yang dimiliki Kabupaten Pesawaran. Pengelolaan obyek wisata alam pantai menjadi tempat rekreasi pada umumnya dilakukan untuk menarik kunjungan wisatawan. Pengelolaan ini biasanya dalam bentuk penambahan fasilitas rekreasi, sarana dan prasarana pendukung, pengadaan usaha pendukung, dan berbagai bentuk pengembangan lainnya. Setidaknya terdapat tiga pantai di Kabupaten Pesawaran yang menjadi tujuan wisata pengunjung yaitu Pantai Mutun, Pantai Sari Ringgung, dan Pantai Klara. Pantai Mutun merupakan pantai berfasilitas wisata yang jaraknya terdekat dari pusat kota Bandar Lampung. Pantai ini menawarkan obyek wisata yang cukup lengkap seperti penyewaan pondokan, watersport, kendaraan ATV, penginapan, agro wisata, outbound hingga penyebrangan ke Pulau Tangkil. Demikian juga halnya dengan Pantai Klara yang letaknya lebih jauh dari Pantai Mutun. Pantai Klara menawarkan fasilitas wisata yang cukup memenuhi

kebutuhan pengunjung dengan harga yang terbilang murah. Pantai Mutun dan Pantai Klara sendiri sudah cukup lama dikenal oleh masyarakat Pesawaran dan Bandar Lampung sebagai tujuan wisata. Lain halnya dengan Pantai Sari Ringgung yang merupakan pantai dengan manajemen baru dan pemugaran. Pantai ini sedang berkembang dan menjadi tujuan wisata baru di Kabupaten Pesawaran. Pantai Sari Ringgung memiliki potensi untuk dilakukan pengembangan lebih lanjut.

Pantai Sari Ringgung terletak di Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran dengan jarak tempuh 14 km atau \pm 45 menit dari Kota Bandar Lampung. Pantai Sari Ringgung merupakan pantai yang telah lama dikenal masyarakat. Hanya saja setelah dibuka kembali pada 20 Desember 2014 dengan manajemen baru pantai ini berubah drastis dari segi tampilan. Pembaharuan itu sendiri adalah dengan mengadakan sistem manajerial dan mengadakan perbendaharaan atau pengelolaan keuangan.

Daya tarik dari pantai ini adalah pasirnya yang putih dan ombaknya yang tenang. Pemandangan menarik lainnya adalah adanya pegunungan yang seolah mengintari setengah lingkaran bola pada bagian pantai ini. Latar belakang pantai merupakan barisan pegunungan sementara pada bagian depan terhampar lautan lepas.

Fenomena lain yang dimiliki Pantai Sari Ringgung adalah Pasir Timbul. Pasir Timbul merupakan gunduk pasir yang terbentuk secara alami di tengah lautan yang muncul saat air surut. Obyek wisata bahari Pasir Timbul dapat dijangkau dari beberapa pantai, seperti Pantai Duta Wisata, Pantai Queen Artha, Pantai Mutun, maupun Pantai Tirtayasa. Namun jalur yang paling mudah dan gampang untuk mengakses Pasir Timbul adalah melalui Pantai Sari Ringgung dengan

waktu tempuh selama 15-25 menit menggunakan perahu kecil. Keunikan lokasi ini makin lengkap dengan adanya dermaga yang berbentuk cafe yaitu Cafe D'Apung yang terletak di pinggir Pasir Timbul. (Data pra penelitian, 2015)

Pantai Sari Ringgung sendiri menjadi cukup terkenal di masyarakat berkat promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen pantai. Adapun bentuk-bentuk promosi yang telah dilakukan antara lain dalam bentuk iklan di media massa, pembuatan papan reklame di tempat-tempat strategis, pengadaan website resmi, serta dengan mengadakan liputan yang dilakukan oleh stasiun televisi nasional dan daerah. Peran aktif masyarakat di sosial media juga sedikit banyak membantu pengenalan akan pantai ini kepada masyarakat luas secara personal. Hal ini membuat jumlah kunjungan di pantai Sari Ringgung meningkat dari hari ke hari. (Data pra penelitian, 2015)

Tabel 3. Perkembangan Jumlah Pengunjung Pantai Sari Ringgung Bulan September 2015 sampai November 2015

Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)	Rata-rata jumlah pengunjung per hari (orang)
September 2015	9.332	311
Oktober 2015	9.954	321
November 2015	11.860	395

Sumber: Manajemen Pantai Sari Ringgung, 2015

Tabel 3 menunjukkan perkembangan jumlah pengunjung Pantai Sari Ringgung selama tiga bulan, yaitu dari bulan September 2015 sampai bulan November 2015 yang terus mengalami peningkatan secara konsisten. Rata-rata jumlah pengunjung per hari juga meningkat dari bulan ke bulan. Menurut Manajemen Pantai Sari Ringgung, jumlah pengunjung terbanyak terjadi pada akhir pekan yaitu hari Sabtu dan Minggu yang dapat mencapai lebih dari 1000 pengunjung per hari.

Bagi masyarakat Lampung, khususnya yang tinggal di Kota Bandar Lampung, Pantai Sari Ringgung merupakan fenomena yang sedang *booming*. Secara tidak langsung hal ini menempatkan Pantai Sari Ringgung sebagai saingan dari pantai lain yang telah lebih dahulu menjadi favorit. Untuk masuk ke wilayah pantai Sari Ringgung, pengunjung akan dikenakan biaya masuk dengan tarif yang berbeda-beda, tergantung jenis alat transportasi yang digunakan.

Tabel 4. Harga Tiket Masuk Pantai Sari Ringgung

Jenis Tiket	Tarif Tiket (Rp)	Keterangan
Pengunjung	10.000	Per orang
Kendaraan roda 2	5.000	Per unit
Kendaraan roda 4	10.000	Per unit
Paket bus	200.000	Per 30 orang

Sumber: Manajemen Pantai Sari Ringgung, 2015

Harga tiket masuk yang ditetapkan oleh pengelola terbilang cukup murah mengingat fasilitas yang ditawarkan sangat beragam. Harga tiket masuk sudah mencakup biaya parkir dan pemakaian fasilitas toilet serta permainan anak-anak. Fasilitas di Pantai Sari Ringgung terdiri atas fasilitas olahraga (*voly* pantai, futsal pantai, bumi perkemahan), fasilitas arena bermain (*kano, banana boat, jetski, snorkling, tong air tumpah, pondokan*), dan fasilitas gedung serbaguna (*Cafe Boat, Beach Cafe, Mountain View*). Pantai Sari Ringgung sendiri masih terus berbenah untuk melengkapi diri. Pembangunan beberapa fasilitas tambahan seperti fasilitas outdoor maupun pembuatan penginapan sedang dalam tahap pengerjaan.

Tabel 5. Fasilitas di Pantai Sari Ringgung

Fasilitas	Jumlah (unit)	Tarif (Rp)	Keterangan
Pondok kecil	250	50.000	Per 5 jam
Pondok besar	6	100.000	Per 5 jam
Pondok VIP	8	200.000	Per 5 jam
Pondok apung	18	100.000	Per 5 jam
Kafe Gunung	1	2.000.000	Per hari
Boat Cafe	1	3.500.000	Per hari
Tiket penyebrangan	1	10.000	Per orang

Sumber: Manajemen Pantai Sari Ringgung, 2015

Wisata bahari Lampung memiliki potensi untuk dikembangkan. Secara jangka panjang bukan hal mustahil jika wisata bahari dapat menjadi obyek wisata nasional seperti Pulau Bali. Pengembangan obyek wisata dapat dilakukan dengan bentuk peningkatan kualitas dan penambahan fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung. Namun dalam pelaksanaannya diperlukan suatu dasar analisis ekonomi agar manfaat yang diberikan obyek wisata tersebut sesuai dengan permintaan dan kemampuan yang ditawarkan oleh konsumen atau pengunjung.

Obyek wisata pantai merupakan salah satu bentuk jasa lingkungan yang dimanfaatkan sebagai tempat pariwisata. Sebagian besar jasa lingkungan yang ditawarkan tidak memiliki nilai pasar sehingga penentuan tarif masuk kawasan wisata belum menunjukkan nilai ekonomi yang sebenarnya dari jasa lingkungan yang didapat. Oleh karena itu, perlu adanya suatu pendekatan untuk menentukan nilai manfaat ekonomi dari jasa lingkungan yang ditawarkan dalam suatu kawasan wisata alam yang nantinya akan dijadikan pertimbangan dalam pengembangan kawasan wisata lebih lanjut (Aprilian, 2009)

Tempat rekreasi tidak memiliki nilai pasar yang pasti, maka penilaian tempat rekreasi dilakukan dengan pendekatan biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan

ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Igunawati, 2010).

Nilai manfaat ekonomi yang diperoleh penting untuk mengestimasi manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Nilai manfaat tersebut meliputi surplus konsumen yang berguna untuk pengambilan keputusan dan bahan pertimbangan pengembangan tempat wisata sehingga pengelolaan yang dilakukan mendukung tercapainya alokasi sumberdaya optimum.

Berdasarkan latar belakang di atas, pengembangan obyek wisata Pantai Sari Ringgung dapat dilakukan untuk meningkatkan perekonomian. Maka peneliti mengambil judul “Analisis Permintaan Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung”

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan di atas maka muncul beberapa pertanyaan penelitian, di antaranya:

1. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap obyek wisata Pantai Sari Ringgung?
2. Bagaimana pengaruh faktor biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung dan obyek wisata alternatif secara parsial terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung?

3. Bagaimana pengaruh faktor biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung dan obyek wisata alternatif secara simultan terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung?
4. Berapakah nilai surplus konsumen yang diperoleh pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini mempunyai beberapa tujuan yang ingin dicapai di antaranya:

1. Mengidentifikasi karakteristik pengunjung dan memberikan gambaran mengenai persepsi pengunjung terhadap obyek wisata Pantai Sari Ringgung.
2. Mengetahui pengaruh faktor biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung dan obyek wisata alternatif secara parsial terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung.
3. Mengetahui pengaruh faktor biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung dan obyek wisata alternatif secara simultan terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung.
4. Mengetahui nilai surplus konsumen yang diperoleh pengunjung.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai pemenuhan syarat kelulusan bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
2. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

3. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengelola maupun pemerintah daerah dalam rangka pengembangan obyek wisata Pantai Sari Ringgung di masa yang akan datang.

E. Kerangka Pemikiran

Salah satu cara meningkatkan pembangunan di suatu daerah adalah dengan melakukan pengembangan di sektor pariwisata. Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Kemandirian suatu daerah juga dapat ditopang dari sektor pariwisata. Pada umumnya potensi obyek wisata yang terdapat di daerah didominasi oleh obyek wisata alam. Potensi sumberdaya alam hayati dan ekosistem tersebut kemudian dilakukan pengembangan dan pengelolaan dengan maksud menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk melakukan kunjungan ke suatu obyek wisata.

Pantai Sari Ringgung yang berada di Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu kawasan wisata alam pantai yang sangat potensial untuk dikembangkan lebih lanjut. Pantai dengan fasilitas yang memadai dan keindahan alam serta dekatnya akses ke obyek Pasir Timbul menjadikan pantai ini menjadi salah satu destinasi wisata yang digemari masyarakat baik dari dalam dan luar Kabupaten Pesawaran. Hal tersebut merupakan peluang besar bagi daerah setempat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui sektor pariwisata.

Obyek wisata pantai merupakan salah satu bentuk jasa lingkungan yang dimanfaatkan sebagai tempat pariwisata. Sebagian besar jasa lingkungan yang

ditawarkan tidak memiliki nilai pasar sehingga penentuan tarif masuk kawasan wisata belum menunjukkan nilai ekonomi yang sebenarnya dari jasa lingkungan yang didapat. Oleh karena itu, perlu adanya suatu pendekatan untuk menentukan nilai manfaat ekonomi dari jasa lingkungan yang ditawarkan dalam suatu kawasan wisata alam yang nantinya akan dijadikan pertimbangan dalam pengembangan kawasan wisata lebih lanjut. Untuk mengetahui nilai manfaat ekonomi tersebut, perlu diketahui terlebih dahulu karakteristik dari pengunjung obyek wisata Pantai Sari Ringgung serta menentukan fungsi permintaan wisata berdasarkan frekuensi kunjungan. Nilai manfaat tersebut meliputi surplus konsumen yang berguna untuk pengambilan keputusan dan bahan pertimbangan pengembangan tempat wisata sehingga pengelolaan yang dilakukan mendukung tercapainya alokasi sumberdaya optimum.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penilaian ekonomi terhadap suatu kawasan wisata diukur dengan menggunakan berbagai variabel sosial ekonomi yang berpengaruh. Pada penelitian ini, penulis memberikan variabel biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, waktu kerja, banyaknya alternatif tempat wisata dan persepsi konsumen, sehingga dapat diperoleh fungsi permintaan terhadap obyek wisata Pantai Sari Ringgung.

Biaya perjalanan merupakan variabel bebas yang terpenting dalam menentukan nilai surplus konsumen pada metode biaya perjalanan (Ortaç me, 2002). Semakin besar biaya perjalanan yang dibayarkan oleh wisatawan maka akan semakin mengurangi permintaan akan wisata tersebut (Nugroho, 2010).

Pada umumnya semakin besar pendapatan seseorang semakin besar permintaannya terhadap barang rekreasi dan jasa lingkungan. Menurut Budi Susetio (dalam Yuwana, 2010), tingkat pendapatan mencerminkan seberapa besar penghasilan yang diterima individu pada tiap bulannya, semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang keinginan untuk melakukan perjalanan wisata juga semakin tinggi dikarenakan kecenderungan seseorang dengan pendapatan tinggi yang bekerja dengan jam kerja yang juga tinggi akan memanfaatkan waktu senggang (*Leisure Time*) dengan melakukan perjalanan wisata.

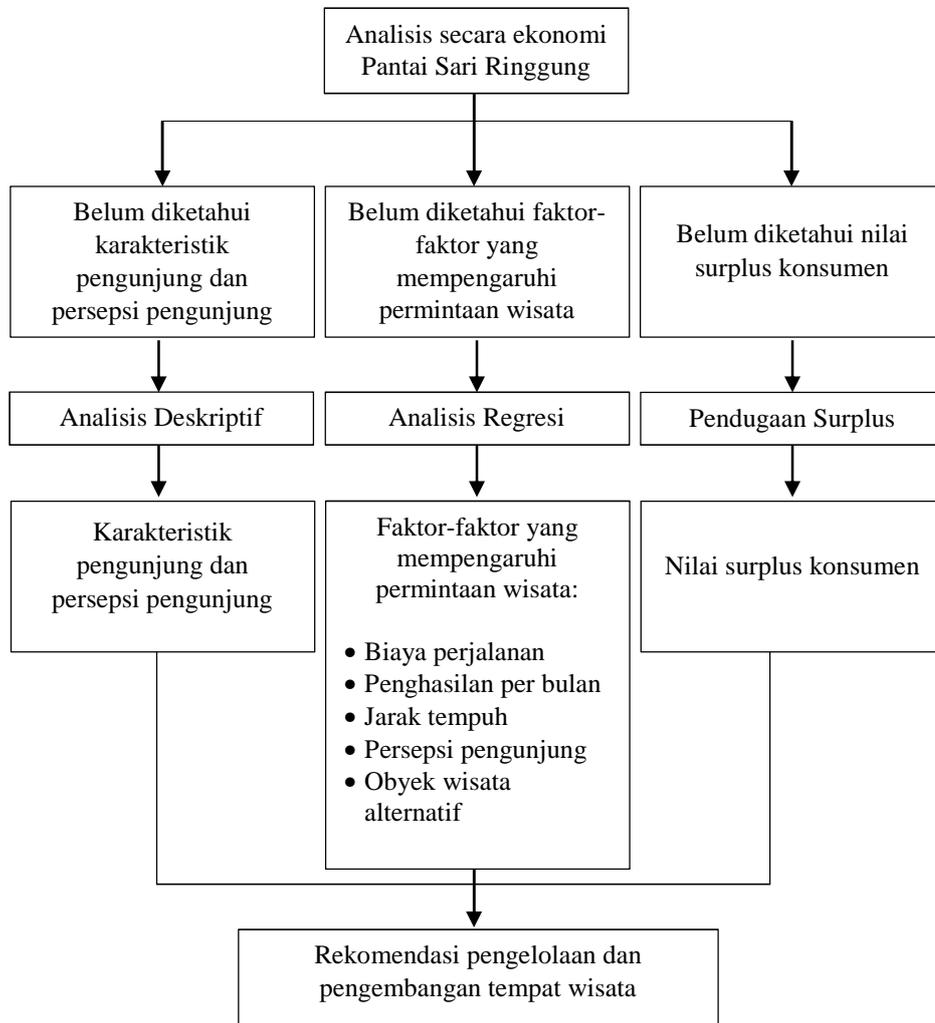
Jarak tempuh yang semakin jauh dan waktu tempuh yang semakin lama serta biaya perjalanan mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan kegiatan wisata secara negatif. Karena makin jauh tempat tinggal seseorang yang datang memanfaatkan fasilitas tempat rekreasi maka makin kurang harapan pemanfaatan atau permintaan tempat rekreasi tersebut (Igunawati, 2010).

Keberadaan rekreasi alternatif pada umumnya akan berpengaruh secara negatif terhadap permintaan terhadap suatu tempat wisata. Semakin banyak tempat rekreasi alternatif maka akan mengurangi frekuensi kunjungan seseorang ke suatu tempat wisata tertentu (Firandari, 2009).

Kondisi infrastruktur berkaitan dengan kemudahan untuk menjangkau yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan aktivitas rekreasi (Ibrahim, 2013). Keputusan seseorang juga dipengaruhi oleh persepsi pengunjung terhadap suatu obyek wisata.

Fungsi permintaan rekreasi Pantai Sari Ringgung diestimasi dari hasil regresi biaya perjalanan dan faktor-faktor sosial ekonomi. Dari hasil estimasi ini dapat diduga

surplus konsumen yang diperoleh Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung. Alur kerangka berfikir ditunjukkan pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Kerangka Pemikiran

Sumber: Aprilian, 2009

F. Hipotesis Penelitian

1. Diduga biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung dan obyek wisata alternatif berpengaruh secara parsial terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung.
2. Diduga biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung dan obyek wisata alternatif berpengaruh secara simultan terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung.
3. Diduga nilai surplus konsumen lebih besar dari nilai rata-rata biaya perjalanan per individu per kunjungan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan industri yang sangat kompleks. Hal ini karena dalam industri pariwisata terdapat industri-industri yang lain, seperti industri cendera mata, industri biro perjalanan, dan industri jasa lainnya. Menurut Yoety, 1997 (dalam Igunawati, 2010), pariwisata sebagai industri tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan erat dengan sektor-sektor ekonomi, sosial dan budaya yang hidup dalam masyarakat.

Sebagai industri yang kompleks, industri pariwisata berbeda dengan industri-industri lain. Menurut Spillane, 1987 (dalam Igunawati, 2010) ada beberapa sifat yang khusus mengenai industri pariwisata yaitu:

- a. Produk wisata tidak dapat dipindahkan. Orang tidak dapat membawa produk wisata pada langganannya, tetapi langganannya itu sendiri harus mengunjungi, mengalami dan datang untuk menikmati produk wisata itu.
- b. Dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama. Tanpa langganannya yang sedang mempergunakan jasa-jasa itu tidak akan terjadi produksi.

- c. Sebagai suatu jasa, maka pariwisata memiliki berbagai ragam bentuk. Oleh karena itu, dalam bidang pariwisata tidak ada standar ukuran yang objektif, sebagaimana produk lain yang nyata misalnya ada panjang, lebar, isi, kapasitas, dan sebagainya seperti pada sebuah mobil.
- d. Langganan tidak dapat mencicipi produk itu sebelumnya bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya. Yang dapat dilihat hanya brosur-brosur, gambar-gambar.
- e. Dari segi usaha, produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko besar. Industri wisata memerlukan penanaman modal yang besar, sedang permintaan sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat atau kesenangan wisatawan dan sebagainya. Perubahan-perubahan tersebut dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal usaha kepariwisataan karena bisa mengakibatkan kemunduran usaha yang deras, sedangkan sifat produksi itu relatif lambat untuk menyesuaikan keadaan pasar.

2. Jenis-jenis Pariwisata

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata, menurut James J. Spillane, 1994 (dalam Igunawati, 2010) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik pelanggan untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, mengendorkan ketegangan syaraf, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan dan sebagainya.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahan.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourisism*)

Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.

d. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik untuk hanya menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktekkannya sendiri.

e. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*)

Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.

f. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)

Banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan – bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang pariwisata konvensi.

3. Permintaan Rekreasi Alam

Menurut Nicholson (1995), permintaan merupakan hubungan antara harga barang tertentu dengan jumlah yang diminta konsumen. Permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh individu dan mampu untuk dibeli dengan harga tertentu dan waktu tertentu. Sedangkan permintaan masyarakat terhadap jasa–jasa lingkungan seperti tempat rekreasi alam juga sama dengan permintaan barang dan jasa. Permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang dapat diharapkan, bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat (Douglas dalam Susilowati, 2009).

Permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga barang atau jasa lingkungan tersebut, selera konsumen, harga barang lain yang memiliki daya guna yang sama dan pendapatan (Vanhove, 2005 dalam Susilowati, 2009). Apabila faktor yang mempengaruhi ini tetap sedangkan harga barang dan jasa naik, maka jumlah permintaan barang dan jasa lingkungan ini akan menurun, dan sebaliknya jika harga turun maka permintaan barang dan jasa akan naik. Begitu dengan permintaan terhadap jasa lingkungan wisata alam semakin dekat tempat tinggal seseorang maka akan semakin kecil biaya yang

dikeluarkan untuk dapat menikmati jasa lingkungan tersebut, tetapi sebaliknya jika tempat tinggal seseorang jauh dari lokasi wisata alam tersebut maka akan semakin besar biaya yang dikeluarkan untuk dapat menikmati jasa lingkungan wisata alam tersebut.

Permintaan wisata dapat dibagi menjadi :

1. *Effective (Actual) Demand*, yaitu jumlah orang yang melakukan kegiatan wisata sebagai jumlah orang yang melakukan perjalanan atau kunjungan.
2. *Suppressed (Potential) Demand*, yaitu suatu populasi orang yang tidak dapat melakukan perjalanan karena suatu keadaan tertentu (kurangnya daya beli atau *purchasing power* atau keterbatasan waktu liburan).

Knetsch dan Driver (dalam Susilowati, 2009) mengemukakan bahwa permintaan rekreasi akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi. Perubahan kebutuhan rekreasi yang terjadi adalah sebagai akibat dari perubahan pola hidup, kenaikan standar hidup, penambahan waktu luang sebagai akibat efisiensi kerja, serta kemajuan transportasi, yang semuanya itu berubah sejalan dengan berkembangnya teknologi.

Lieber, 1983 (dalam Susilowati, 2009) juga menyatakan bahwa terdapat lima unsur permintaan terhadap rekreasi alam terbuka, yaitu :

1. Mudah dimanfaatkan (dirasakan manfaatnya).
2. Kegiatan yang ada sesuai dengan gambaran yang diinginkan oleh pemakai.
3. Keadaan harus memungkinkan pengidentifikasian gambaran tersebut.
4. Terdapat kesempatan untuk mendemonstrasikan.
5. Memungkinkan suatu penggunaan yang menyenangkan dan efisien.

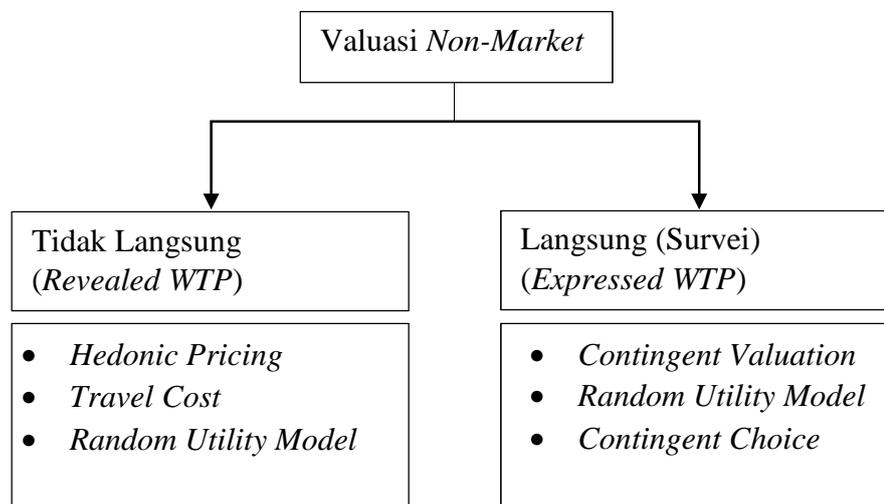
Apabila unsur-unsur tersebut dapat dipenuhi pada suatu kegiatan rekreasi maka kegiatan tersebut akan dapat menjadi populer, sehingga permintaan masyarakat dapat diukur.

4. Pendekatan Penilaian Manfaat Rekreasi

Manfaat fungsi ekologis sering tidak terkuantifikasi dalam perhitungan menyeluruh terhadap nilai sumber daya. Penggunaan metode analisis biaya dan manfaat (*Cost-Benefit Analysis* atau CBA) yang konvensional sering tidak mampu menjawab permasalahan tersebut karena konsep CBA yang konvensional sering tidak memasukkan manfaat ekologis di dalam analisisnya. Hal tersebut pada akhirnya menjadi dasar pemikiran lahirnya konsep valuasi ekonomi, khususnya valuasi non-market (Fauzi, 2004).

Secara umum, teknik valuasi sumberdaya yang tidak dapat dipasarkan dapat digolongkan ke dalam dua kelompok. Kelompok pertama adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit di mana *Willingness To Pay* terungkap melalui model yang dikembangkan. Teknik ini sering disebut teknik yang mengandalkan *revealed* WTP (keinginan membayar yang terungkap). Beberapa teknik yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah *Travel Cost*, *Hedonic Pricing*, dan *Random Utility Model*. Kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada *survey* di mana WTP diperoleh langsung dari responden, yang langsung diungkapkan secara lisan maupun tertulis. Salah satu teknik yang cukup populer dalam kelompok ini adalah *Contingent Valuation Method*, dan *Discrete Choice Method*. Pada umumnya, nilai ekonomi manfaat rekreasi dihitung dengan

menggunakan *Contingent Valuation Method*, *Hedonic Pricing* dan *Travel Cost Method*.



Gambar 6. Klasifikasi Valuasi Non-Market

Sumber : Fauzi (2004)

a. *Contingent Valuation Method*

Metode valuasi kontigensi adalah suatu metode *survey* untuk menanyakan penduduk tentang nilai atau harga yang mereka berikan terhadap komoditi yang tidak memiliki pasar seperti barang lingkungan. Secara prinsip, metode ini memiliki kemampuan dalam menilai keuntungan dari penyediaan barang lingkungan dan juga mampu menentukan pilihan estimasi pada kondisi yang tidak menentu.

Prinsip yang mendasari metode ini adalah bahwa bagi orang yang memiliki preferensi tetapi tersembunyi terhadap seluruh jenis barang lingkungan, kemudian diasumsikan bahwa orang tersebut mempunyai kemampuan mentransformasi preferensi ke dalam bentuk nilai moneter atau uang. Asumsi selanjutnya bahwa

orang tersebut akan bertindak seperti yang dikatakan ketika situasi hipotesis yang disodorkan menjadi kenyataan pada masa yang akan datang. Asumsi tersebut menjadi dasar metode ini untuk menanyakan berapa jumlah tambahan uang yang ingin dibayar oleh seseorang atau rumah tangga (*willingness to pay*) untuk memperoleh peningkatan kualitas lingkungan. Pertanyaan tersebut digunakan untuk menentukan suatu pasar hipotesis terhadap perubahan lingkungan yang diinginkan. Tujuan dari CVM adalah untuk menghitung nilai atau penawaran yang mendekati, jika pasar dari barang-barang lingkungan tersebut benar-benar ada. Oleh karena itu, pasar hipotetik harus sebisa mungkin mendekati kondisi pasar yang sebenarnya. Responden harus mengenal dengan baik barang yang ditanyakan dalam kuesioner dan alat hipotetik yang dipergunakan untuk pembayaran.

Pendekatan CVM dilakukan dengan cara menentukan kesediaan membayar (*willingness to pay*) dari konsumen. Pendekatan ini dapat diterapkan pada keadaan yang dapat menimbulkan kesenangan (*esthetic*) seperti pemandangan alam, kebudayaan, historis dan karakteristik lain yang unik serta situasi yang data harganya tidak ada. Penilaian kontigensi atau teknik survey dilakukan untuk menemukan nilai hipotensi konsumen atau rekreasi (Hufschmidt et al, 1987, dalam Susilowati, 2009).

Metode ini lebih fleksibel dan diakui bersifat *judgment value*, sebab pertanyaan diperoleh dari pertanyaan hipotesis. Namun, dalam pelaksanaannya CVM mempunyai kelemahan yang perlu diperhatikan dalam penerapannya. Kelemahan utamanya adalah munculnya bias. Bias terjadi jika terdapat nilai yang kurang dari nilai yang sebenarnya diinginkan oleh masyarakat ataupun nilai yang melebihi

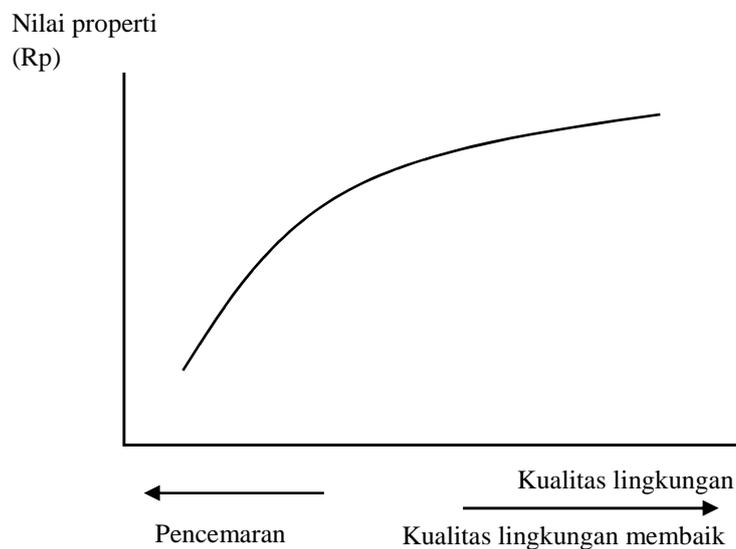
dari nilai yang sebenarnya diinginkan. Sumber-sumber bias menurut Fauzi (2004) ditimbulkan oleh dua hal yang utama yaitu :

1. Bias yang timbul karena strategi yang keliru. Ini terjadi misalnya jika kita melakukan wawancara dan dalam kuesioner kita nyatakan bahwa responden akan dipungut biaya untuk perbaikan lingkungan, sehingga timbul kecenderungan responden untuk memberi nilai kurang dari yang sebenarnya. Sebaliknya, jika kita nyatakan bahwa wawancara semata-mata hanya hipotesis belaka, maka akan timbul kecenderungan responden untuk memberikan nilai yang lebih dari sebenarnya.
2. Bias yang ditimbulkan oleh rancangan penelitian. Bias ini bisa terjadi jika informasi yang diberikan pada responden mengandung hal-hal yang kontroversial. Misalnya, responden ditawarkan bahwa untuk melindungi kawasan wisata alam dari pencemaran limbah oleh pengunjung, karcis masuk harus dinaikkan. Hal tersebut tentu saja akan memberikan nilai *willingness to pay* yang lebih rendah daripada jika alat pembayaran dilakukan dengan cara lain (misalnya melalui yayasan, trust fund, dan sebagainya).

b. Hedonic Pricing

Lingkup penerapan *Hedonic Pricing* relatif terbatas, misalnya keuntungan adanya fasilitas rekreasi atau kesenangan yang diperoleh penghuni lokasi tertentu karena peningkatan kualitas lingkungan sekitarnya. Teknik ini pada prinsipnya adalah mengestimasi nilai implisit karakteristik atau atribut yang melekat pada suatu produk dan mengkaji hubungan antara karakteristik yang dihasilkan tersebut

dengan permintaan barang dan jasa. Metode ini didasarkan pada gagasan bahwa barang pasar menyediakan pembeli dengan sejumlah jasa, yang beberapa diantaranya bisa merupakan kualitas lingkungan. Misalnya pembangunan rumah dengan kualitas udara segar disekitarnya, pembelinya akan menerima sebagai pelengkap, mereka mau membayar lebih untuk rumah yang berada di area dengan kualitas lingkungan yang baik, dibandingkan dengan rumah yang sama pada tempat lain yang kualitas lingkungannya buruk. Hubungan antara nilai properti dengan kualitas lingkungan adalah sebagai berikut :



Gambar 7. Hubungan antara Nilai Properti dan Kualitas Lingkungan

Sumber : Fauzi (2004)

Dari gambar di atas, maka dapat dikatakan bahwa semakin buruk kualitas lingkungan seperti adanya pencemaran maka nilai properti, dalam hal ini adalah rumah, akan semakin menurun. Situasi sebaliknya yaitu jika semakin baik kualitas lingkungan maka nilai properti akan semakin mahal.

c. Travel Cost Method

Travel Cost Method (TCM) dikembangkan untuk menilai kegunaan dari barang non-market, daerah yang letak geografisnya khusus dan lokasi yang dipergunakan untuk rekreasi. Misalnya, alam yang sering kali digunakan untuk rekreasi (kebun raya, hutan, pantai, danau, dll). Alam secara khusus tidak memegang harga dalam pasar sehingga kita harus menemukan alternatif yang dimaksudkan untuk memperkirakan nilainya (Pierce et al dalam Susilowati, 2009).

Menurut Hufschmidt et al (dalam Susilowati, 2009), pendekatan biaya perjalanan merupakan suatu cara menilai barang yang tidak memiliki harga. Di negara maju, pendekatan ini telah dipakai secara meluas untuk mendapatkan kurva permintaan barang-barang rekreasi. Rekreasi di luar (*outdoor recreation*) merupakan contoh yang biasa digunakan bagi barang-barang yang tidak memiliki harga. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi tempat rekreasi. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen ini, dapat dikaji berapa nilai (*value*) yang diberikan konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan.

Pendekatan biaya perjalanan berhubungan dengan tempat khusus dan mengukur nilai dari tempat tertentu dan bukan rekreasi pada umumnya. Secara umum terdapat dua teknik yang digunakan dalam menentukan nilai ekonomi berdasarkan TCM, yaitu *Zonal Travel Cost Method* (ZTCM) dan *Individual Travel Cost Method* (ITCM). ZTCM merupakan pendekatan yang relatif mudah dan murah. Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur nilai dari jasa rekreasi dari sebuah tempat secara keseluruhan. ZTCM diaplikasikan dengan mengumpulkan

informasi dari jumlah kunjungan ke tempat rekreasi dari berbagai daerah atau zona. Dalam hal ini, biaya perjalanan dan waktu akan meningkat seiring dengan meningkatnya jarak, maka informasi yang didapat memungkinkan peneliti untuk memperhitungkan jumlah kunjungan di berbagai harga. Informasi tersebut digunakan untuk membangun fungsi permintaan dan mengestimasi surplus konsumen, atau keuntungan ekonomi untuk jasa rekreasi dari sebuah tempat.

Peralihan metode biaya perjalanan dari ZTCM menjadi ITCM dalam menurunkan nilai surplus konsumen disebabkan beberapa hal, pertama sering analisa yang dilakukan didasarkan pada *willingness to pay* individual. Hal yang kedua adalah karena pengamatan sering kali teramat kecil dibandingkan dengan keseluruhan zona, ketiga sering ditemui situasi dimana sejumlah individu melakukan perjalanan dari daerah asal yang umum dan selanjutnya terdispersi dalam kelompok-kelompok kecil menuju lokasi wisata sekitarnya. Sebab lain yaitu karena individu tidak semata-mata ingin menikmati pariwisata saja tetapi mungkin kombinasi dari melihat-lihat, berburu, dan sebagainya. Metodologi ITCM secara prinsip sama dengan ZTCM namun ITCM menggunakan data dari survei setiap pengunjung dalam analisis statistik bukan data dari masing-masing zona. Sehingga metode ini memerlukan data yang lebih banyak dan analisis lebih rumit, tetapi akan memberikan hasil yang lebih tepat.

ITCM (*individual travel cost method*) pada dasarnya serupa dengan ZTCM, tetapi menggunakan data survey yang berasal dari pengunjung secara individu dalam analisis statistik daripada data dari setiap zona. Metode ini memerlukan pengumpulan data yang lebih banyak dan analisis yang lebih sulit tetapi akan memberikan hasil yang lebih tepat. Dengan menggunakan data survey, peneliti

dapat memulainya dengan cara yang sama dari ZTCM, dengan memperkirakan hubungan diantara jumlah kunjungan dengan biaya perjalanan dan variabel yang relevan lainnya menggunakan analisis regresi. Persamaan regresi memberikan fungsi permintaan untuk rata-rata pengunjung yang datang, dan area di bawah kurva permintaan tersebut merupakan rata-rata dari surplus konsumen.

Dalam membangun fungsi permintaan dalam TCM diperlukan asumsi dasar agar penilaian sumberdaya alam dengan metode ini tidak bias. Adapun asumsi yang membangun fungsi permintaan tersebut adalah :

1. Biaya perjalanan dan biaya waktu digunakan sebagai proxy atas harga dari rekreasi.
2. Waktu perjalanan bersifat netral, artinya tidak menghasilkan utilitas dan disutilitas.
3. Perjalanan merupakan perjalanan tunggal (bukan *multitrips*).

Bentuk persamaan ITCM adalah sebagai berikut :

$$V_{ij} = f(C_{ij}, X_i)$$

Keterangan :

V_{ij} = Jumlah kunjungan per tahun dari individu i ke tempat rekreasi j

C_{ij} = Biaya perjalanan individu i ke tempat rekreasi j

X_i = Faktor-faktor lain yang menentukan kunjungan individu i

Kelebihan dari ITCM dibandingkan dengan ZTCM diantaranya :

1. Lebih efisien dari sisi statistik (proses perhitungan).
2. Konsistensi teori dalam perumusan model permintaan dan perilaku individu.
3. Menghindari keterbatasan zonal atau lokasi.
4. Menambah heterogenitas karakteristik populasi pengunjung diantara suatu zona, serta mengeliminasi efek pengunjung dengan tingkat kunjungan nol (*non-participant*).

Adapun kelemahan dari penggunaan metode biaya perjalanan ini diantaranya :

1. Hanya dibangun berdasarkan asumsi bahwa setiap individu hanya memiliki satu tujuan untuk mengunjungi tempat wisata yang dituju.
2. Tidak membedakan individu yang memang datang dari kalangan pelibur dan mereka yang datang dari wilayah setempat.
3. Masalah pengukuran nilai dari waktu, dalam teori ekonomi mikro, variabel waktu memiliki nilai intrinsik tersendiri yang dinyatakan dalam bentuk *opportunity cost*.

Nilai ekonomi rekreasi yang diduga dengan menggunakan metode biaya perjalanan meliputi biaya transport pulang pergi dari tempat tinggalnya ke obyek wisata dan pengeluaran lain selama di perjalanan dan di dalam obyek wisata mencakup dokumentasi, konsumsi, parkir, dan biaya lain yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi untuk satu hari kunjungan. Sehingga biaya perjalanan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$BPt = BTr + BDK + BKr + BP + BSv + BL$$

Keterangan :

BPt = Biaya Perjalanan (Rp/orang/hari)

BTr = Biaya Transportasi (Rp/orang/hari)

BDk = Biaya Dokumentasi (Rp)

BKr = Biaya Konsumsi selama rekreasi (Rp/orang/hari)

BP = Biaya Parkir (Rp)

BSv = Biaya souvenir (Rp)

BL = Biaya Lainnya (Rp)

Tujuan dasar dari metode biaya perjalanan adalah ingin mengetahui nilai kegunaan dari sumberdaya alam yang atraktif untuk rekreasi melalui pendekatan proxy. Dengan kata lain, biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi jasa dari sumberdaya alam digunakan sebagai proxy untuk menentukan harga dari sumberdaya tersebut. Hanley dan Spash (dalam Susilowati, 2009) menyatakan asumsi yang dipakai dalam kebanyakan penelitian yang menggunakan metode perjalanan adalah bahwa utilitas dari setiap konsumen terhadap aktivitas, misalnya rekreasi, bersifat terpisah.

6. Surplus Konsumen

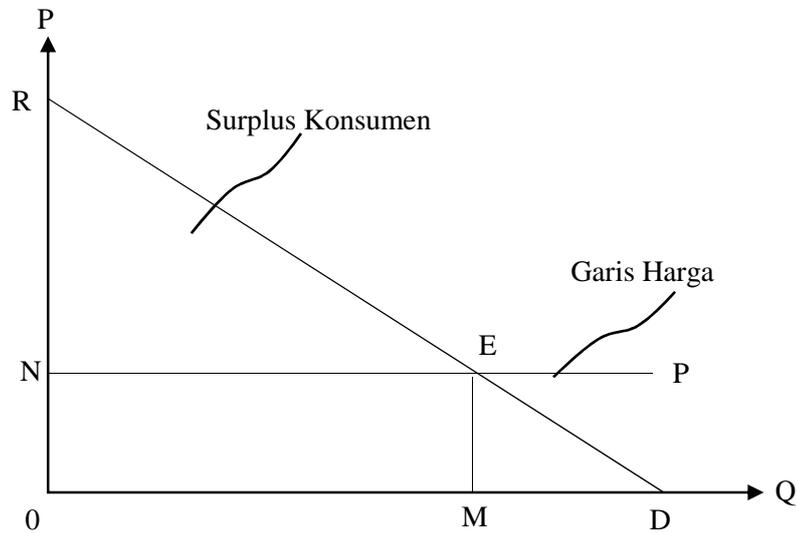
Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab timbulnya

surplus konsumen, karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama. Pada pasar yang berfungsi dengan baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit terakhir produk yang diperdagangkan merefleksikan nilai dari unit produk yang diperdagangkan. Menurut Samuelson dan Nordhaus (dalam Djijono 2002) secara sederhana, surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak di antara kurva permintaan dan garis harga.

Gambar 8 menunjukkan keberadaan surplus konsumen. Kesiediaan membayar berada di area di bawah kurva permintaan. Kurva permintaan mengukur jumlah yang akan dibayar oleh konsumen untuk tiap unit yang dikonsumsi. Total bidang di bawah kurva permintaan (OREM) menunjukkan total utilitas yang diperoleh atas konsumsi suatu barang atau merupakan ukuran kemauan membayar total, karena jumlah tersebut adalah hasil penjumlahan nilai-nilai marginal Q dari 0 sampai M . dengan mengurangkan biaya suatu barang bagi konsumen (ONEM), nilai surplus konsumen ditunjukkan sebagai bidang segitiga NRE dan merupakan ukuran kemauan membayar di atas pengeluaran kas untuk konsumsi (Djijono, 2002).

Konsumen mengkonsumsi sejumlah barang M . seseorang akan mau membayar harga yang mencerminkan faedah marginal pada tingkat konsumsi itu. Dengan melihat perbedaan dalam jumlah yang dikonsumsi, kemauan seseorang akan membayar, berdasarkan fungsi hukum marginal dapat ditentukan. Hasilnya adalah kurva permintaan individu untuk Q (Gambar 8). Karena faedah berlereng turun ke kanan (negatif), maka demikian pula kurva permintaannya. Kurva permintaan ini

dikenal dengan nama kurva permintaan Marshal. Digunakannya kurva permintaan Marshal, karena kurva permintaan tersebut dapat diestimasi secara langsung dan mengukur kesejahteraan melalui surplus konsumen (Djijono, 2002).



Gambar 8. Surplus Konsumen

(Sumber: Djijono, 2002)

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 6. Review Jurnal Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL & PENULIS	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	ALAT ANALISIS	KESIMPULAN
1	Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan <i>Travel Cost Method</i> Mutiar Indah Susilowati (2009)	-Mengidentifikasi karakteristik pengunjung dan memberikan gambaran mengenai penilaian pengunjung terhadap objek wisata Tahura Ir. H. Djuanda - Mengetahui faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi fungsi permintaan terhadap manfaat rekreasi di objek wisata Tahura Ir. H. Djuanda - Menduga nilai ekonomi yang dihasilkan Tahura Ir. H. Djuanda berdasarkan metode biaya perjalanan	Variabel terikat: Jumlah kunjungan ke lokasi Tahura Djuanda dalam satu tahun terakhir Variabel Bebas: -Biaya perjalanan individu - Total pendapatan per bulan - Tingkat pendidikan - Umur responden - Jarak tempuh dari tempat tinggal ke Tahura - Waktu tempuh - Jumlah tanggungan - Jenis kelamin - Waktu yang dihabiskan untuk satu kali kunjungan - Lama mengetahui Tahura	-Deskriptif kualitatif - Deskriptif kuantitatif - Analisis Regresi Berganda	-Terdapat 8 faktor sosial ekonomi yang berpengaruh terhadap fungsi permintaan rekreasi Tahura Djuanda (biaya perjalanan, total pendapatan, umur, jarak tempuh, waktu tempuh, jumlah tanggungan, jenis kelamin, waktu di lokasi) - Surplus konsumen Rp24.926 per individu per kunjungan - Nilai ekonomi lokasi sebesar Rp3.193.579.412

berlanjut...

Tabel 6 (lanjutan)

NO	JUDUL & PENULIS	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	ALAT ANALISIS	KESIMPULAN
2	Analisis Permintaan dan Surplus Konsumen Kebun Wisata Pasirmukti dengan Metode Biaya Perjalanan Feby Suharti (2007)	-Mengidentifikasi karakteristik wisatawan domestik - Menduga fungsi permintaan Kebun Wisata Pasirmukti dengan menggunakan metode biaya perjalanan - Menduga nilai manfaat berdasarkan nilai surplus konsumen yang diperoleh pengunjung dengan metode TCM	Variabel terikat: Jumlah kunjungan ke lokasi KWP dalam satu tahun terakhir Variabel bebas: -Biaya perjalanan individu ke KWP - Pendapatan keluarga - Tingkat pendidikan - Umur - Jumlah anggota rombongan - Jarak - Waktu tempuh perjalanan - Waktu yang dihabiskan di KWP - Pengetahuan pengunjung - Jumlah rekreasi satu tahun terakhir - Pekerjaan - Jumlah tanggungan keluarga - Daya tarik lokasi - Tempat rekreasi alternatif - Jenis kelamin - Status Hari - Status pernikahan - Pekerjaan sampingan - Daerah asal - Pengaruh kemacetan	Regresi Linier Berganda	-Variabel yang berpengaruh: Biaya perjalanan, pendapatan individu per tahun, jumlah rombongan, jarak tempuh, lama mengetahui KWP, jumlah rekreasi selama 1 tahun, daya tarik, tempat rekreasi alternatif, jenis kelamin, status hari -Surplus Konsumen = Rp7.478 per individu per kunjungan. SK Total = Rp674.582.902

berlanjut...

Tabel 6 (lanjutan)

NO	JUDUL & PENULIS	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	ALAT ANALISIS	KESIMPULAN
3	Analisis Permintaan dan Surplus Konsumen Taman Wisata Alam Situ Gunung dengan Metode Biaya Perjalanan Rani Aprilian (2009)	-Mengidentifikasi karakteristik wisatawan yang berkunjung ke TWA Situ Gunung - Mengkaji fungsi permintaan wisata TWA Situ Gunung dengan menggunakan TCM - Menduga nilai manfaat ekonomi yang dihasilkan TWA Situ Gunung berdasarkan nilai surplus konsumen yang diperoleh pengunjung berdasarkan TCM	Variabel Terikat: Jumlah kunjungan ke lokasi TWA Situ Gunung dalam satu tahun terakhir Variabel Bebas: -Biaya perjalanan individu ke lokasi TWA Situ Gunung - Pendapatan responden - Tingkat pendidikan responden - Umur responden - Jumlah anggota rombongan yang ikut serta melakukan rekreasi - Jarak tempuh dari tempat tinggal - Waktu tempuh dari tempat keberangkatan - Waktu yang dihabiskan responden di lokasi wisata - Pengetahuan pengunjung - Jumlah tanggungan pengunjung	-Model Regresi Poisson - <i>Individual Travel Cost Method</i>	- Faktor sosial ekonomi yang berpengaruh secara signifikan antara lain biaya perjalanan, pendapatan, lama mengetahui lokasi, umur, jenis kelamin pengunjung, waktu tempuh dan daya tarik wisata - Nilai surplus konsumen per kunjungan per individu sebesar Rp46.847,00

berlanjut...

Tabel 6 (lanjutan)

NO	JUDUL & PENULIS	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	ALAT ANALISIS	KESIMPULAN
4	Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal Diana Igunawati (2010)	Mengetahui apakah biaya perjalanan ke obyek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban Menganalisis seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu	Variabel Terikat: Jumlah permintaan wisata oleh individu Variabel Bebas: -Biaya perjalanan ke obyek wisata Tirta Waduk Cacaban - Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci) - Pendapatan - Waktu Kerja - Jarak - Umur - Pengalaman	-Analisis Regresi (<i>Ordinary Least Square</i>) - Perhitungan Valuasi Ekonomi (<i>Individual Travel Cost Method</i>) - Uji Asumsi Klasik - Uji Kriteria Statistik	- Hanya tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan (biaya perjalanan ke obyek wisata Tirta Waduk Cacaban [-], jarak [-], dan pengalaman berkunjung sebelumnya [+]) - Surplus konsumen sebesar Rp77.135,63 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh konsumen masih jauh di atas harga rata-rata pengeluaran perjalanan yaitu RP35.358,97 per kunjungan - Nilai ekonomi wisata TWC dengan pendekatan TCM sebesar Rp2.859.263.348 per tahun

berlanjut...

Tabel 6 (lanjutan)

NO	JUDUL & PENULIS	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	ALAT ANALISIS	KESIMPULAN
5	Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan Tri Firandari (2009)	-Menduga fungsi permintaan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan pendekatan TCM - Mengestimasi besarnya surplus konsumen dan nilai ekonomi wisata Pulau Situ Gintung-3 - Mengestimasi WTP pengunjung terhadap harga tiket tempat wisata Pulau Situ Gintung-3 - Menganalisis dampak ekonomi dari tempat wisata Pulau Situ Gintung-3 bagi masyarakat sekitar	Variabel terikat: Permintaan wisata PSG-3 (frekuensi kunjungan PSG-3) Variabel bebas: -Biaya perjalanan - Pendapatan pengunjung - jumlah tanggungan keluarga pengunjung - Tingkat pendidikan pengunjung -Waktu luang pengunjung - Jarak tempuh - Umur pengunjung - Lama mengetahui keberadaan PSG-3 - Tempat rekreasi alternatif - Lama kunjungan	- <i>Travel Cost Method</i> - <i>Contingent Valuation Method</i> Regresi Poisson	-Faktor yang mempengaruhi permintaann PSG-3 secara signifikan adalah faktor biaya perjalanan, lama mengetahui keberadaan PSG-3 dan jarak tempuh - Surplus konsumen pengunjung PSG-3 adalah sebesar Rp28.985,51 per kunjungan -WTP pengunjung terhadap harga tiket PSG-3 sebesar Rp8.577,00 - PSG-3 memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat sekitar

berlanjut...

Tabel 6 (lanjutan)

NO	JUDUL & PENULIS	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	ALAT ANALISIS	KESIMPULAN
6	Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i> Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2003)	Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan (TCM)	Variabel terikat: Jumlah kunjungan individu Variabel Bebas: -Travel Cost ke Curug Sewu (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain) - Biaya ke objek wisata lain - Umur - Pendidikan - Penghasilan - Jarak	-Regresi Linier Berganda	-terdapat dua variabel yang signifikan yaitu biaya perjalanan dan variabel jarak - Surplus konsumen sebesar Rp87.652 per kunjungan per individu - Curug Sewu merupakan barang normal
7	An Estimation of the Recreational Use Value of Kursunlu Waterfall Nature Park by the Individual Travel Cost Method Veli ORTAÇE ME Burhan ÖZKAN Osman KARAGÜZEL (2002)		Dependent: The number of visits Ade by individual Independent: -Travel cost individual to the Park, -Socio-economic variables (age, Education and household income) -Alternative sites	Regresi Linier Berganda	-Visitor have many types of automobiles with different Agnes, brands, motor volume, types of gasolin consumed and associated cost. -per km gasoline cost was calculated as 50.000 TL (\$0,12), based on the normal gasolin prices in July 1999.

berlanjut..

Tabel 6 (lanjutan)

NO	JUDUL & PENULIS	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	ALAT ANALISIS	KESIMPULAN
8.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Klara, Kabupaten Pesawaran Eva Maya Sari (2013)	-Mengetahui pengaruh biaya perjalanan, pendapatan individu, jarak tempuh, dan alat transportasi terhadap permintaan jasa wisata ke objek wisata Pantai Klara, Kabupaten Pesawaran -Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Objek Wisata Pantai Klara dalam satu tahun (tahun 2012)	Variabel terikat: Permintaan ke objek wisata Pantai Klara Variabel bebas: -Biaya perjalanan -Pendapatan rata-rata pengunjung per bulan -Jarak tempuh -Alat transportasi yang dipakai	Ordinary Least Square	-Variabel yang berpengaruh signifikan adalah biaya perjalanan, pendapatan, dan jarak tempuh -Secara bersama-sama semua variabel berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat -Surplus konsumen per individu per kunjungan Rp236.962,5
9.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kunjungan Wisata Pantai Tanjung Setia, Lampung Barat Gueldo Ibrahim (2013)	-Mengidentifikasi profil wisatawan yang berkunjung ke Pantai Tanjung Setia -Mengetahui kurva permintaan wisatawan terhadap rekreasi di pantai Tanjung Setia -Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rekreasi di pantai Tanjung Setia	Variabel terikat: Jumlah kunjungan per tahun Variabel bebas: Jarak Biaya perjalanan Aksesibilitas Fasilitas Penunjang	Ordinary Least Square	-profil pengunjung 25% dari Liwa, 43,8% berusia 22-28 tahun, 42,7% berlatang belakang pendidikan SMA.. -Berdasarkan analisis F-statistik, biaya perjalanan rata-rata berdasarkan zona tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan rekreasi -Faktor biaya perjalanan dan fasilitas berpengaruh besar terhadap kunjungan wisata Tanjung Setia

berlanjut...

III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di obyek wisata Pantai Sari Ringgung yang terletak di Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa obyek wisata tersebut merupakan salah satu pantai yang letaknya sangat dekat dari ibukota provinsi, Bandar Lampung. Selain itu, obyek wisata ini merupakan pantai lawas yang dibuka kembali dengan manajemen yang baru. Pengambilan data primer dilakukan dari hari Kamis sampai hari Senin, yaitu dari tanggal 4 sampai dengan 8 Februari 2016.

B. Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan *sample* (responden) dalam penelitian ini dilakukan secara non-acak (*non-probability sampling*) yaitu semua obyek penelitian tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden. Pemilihan responden dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive* dan *accidental* yaitu pengambilan responden yang ditemui di lokasi secara sengaja sesuai dengan kriteria yang dikehendaki. Adapun kriteria yang dikehendaki yaitu pengunjung domestik yang berusia di atas 15 tahun, dapat berkomunikasi dengan baik dan bersedia menjawab pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Obyek penelitian ini adalah

pengunjung yang melakukan rekreasi di Pantai Sari Ringgung dengan durasi kunjungan minimal selama 30 menit.

Jumlah *sample* ditentukan dengan menggunakan rumus (Nazir, 1998) sebagai berikut:

$$D = B^2/4$$

$$n = \frac{N\bar{P}(1-\bar{P})}{(N-1)D + \bar{P}(1-\bar{P})}$$

keterangan:

n = jumlah *sample*

N = jumlah populasi

\bar{P} = proporsi yang diduga, jika \bar{P} tidak diketahui, maka $\bar{P} = 0,5$

B = *Bound of error*, pada tingkat kepercayaan 90% maka B = 10%

D = Kesalahan umum yang dapat diterima

Jumlah populasi ditentukan berdasarkan data rata-rata pengunjung per hari terbanyak yaitu di bulan November 2015 sebanyak 395 orang. Berdasarkan rumus di atas, maka diambil responden sejumlah 80 orang yang keseluruhannya merupakan wisatawan domestik. Pengunjung yang datang berkelompok atau rombongan dipilih beberapa orang sebagai wakil dari kelompok tersebut (Aprilian, 2009).

C. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh dengan melakukan pengamatan (*observasi*) dan wawancara langsung kepada pengunjung dengan menggunakan kuesioner, sementara data sekunder diperoleh dari pihak pengelola Pantai Sari Ringgung maupun dengan cara studi pustaka.

Adapun data primer yang diperlukan diantaranya:

- a. Karakteristik pengunjung meliputi jenis kelamin, umur, status marital, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, daerah asal, frekuensi kunjungan, lama kunjungan, sumber informasi, waktu kerja, jarak tempuh, dan waktu tempuh.
- b. Penilaian pengunjung terhadap kawasan dan kualitas pelayanan seperti aksesibilitas, keindahan alam, kebersihan, keamanan, fasilitas pendukung, sarana wisata, usaha pendukung dan persepsi mengenai harga tiket.
- c. Data biaya perjalanan dari pengunjung menuju lokasi obyek wisata

Sedangkan data sekunder yang diperlukan meliputi keadaan umum lokasi obyek wisata.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang digunakan (Yuwana, 2010). Terdapat enam variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a. Jumlah Kunjungan (VIS)

Banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama atau tahun terakhir ke obyek wisata Pantai Sari Ringgung. Variabel ini diukur dengan menggunakan frekuensi kunjungan (kali).

b. Biaya Perjalanan (TC)

Semua biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk membiayai kegiatannya selama melakukan kunjungan ke obyek wisata Pantai Sari Ringgung. Dalam variabel ini, biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi, karcis masuk, konsumsi, dan biaya fasilitas lainnya seperti sewa pondokan, sewa kapal, ban, kano, dan sebagainya. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan rupiah.

c. Penghasilan (INC)

Penghasilan rata-rata per bulan pengunjung obyek wisata Pantai Sari Ringgung. Penghasilan tidak hanya bersumber dari pekerjaan utama, namun total penghasilan yang diterima pengunjung. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, penghasilan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulan. Total penghasilan kemudian dibagi dengan jumlah tanggungan untuk mendapatkan penghasilan rata-rata. Variabel ini diukur dengan menggunakan satuan rupiah.

d. Jarak Tempuh (DIS)

Variabel ini merupakan jarak yang ditempuh pengunjung dari rumah ke obyek wisata Pantai Sari Ringgung. Variabel ini diukur dengan satuan kilometer (km).

e. Penilaian Pengunjung (U)

Penilaian pengunjung merupakan total nilai dari penilaian pengunjung terhadap aspek-aspek seperti aksesibilitas, keindahan alam, kebersihan, keamanan, fasilitas pendukung, sarana wisata, usaha pendukung dan persepsi mengenai harga tiket. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala interval.

f. Obyek Wisata Alternatif (ALT)

Banyaknya tempat rekreasi alternatif sejenis yang biasa dikunjungi selain Pantai Sari Ringgung. Variabel ini diukur dengan menghitung banyaknya tempat rekreasi alternatif pengunjung.

E. Alat Analisis

1. Metode Deskriptif

Karakteristik pengunjung dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. (Sugiyono, 2005)

2. Skala Ordinal

Persepsi pengunjung dinilai dengan menggunakan skala likert. Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini merupakan tanggapan responden. Jawaban dari tiap butir pertanyaan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala ini digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu hal yang ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang disebut variabel penelitian.

(Sugiyono, 2000). Pengukuran jawabannya adalah sebagai berikut:

	Skor:
- Sangat mudah (kondisi yang sangat diharapkan/terbaik)	5
- Mudah (kondisi yang diharapkan baik)	4
- Cukup mudah (kondisi yang cukup diharapkan)	3
- Kurang mudah (kondisi yang kurang diharapkan)	2
- Sulit (kondisi yang tidak diharapkan)	1

3. Transformasi Skala Ordinal menjadi Skala Interval

Menurut tingkatannya, data secara berurut dari skala terendah ke tertinggi adalah data nominal, ordinal, interval dan rasio. Dalam penggunaan analisis, minimal skala yang digunakan adalah skala interval. Sebelum memasukkan variabel penilaian konsumen (U) ke dalam model regresi, variabel ini diubah dari skala ordinal menjadi skala interval. Transformasi dilakukan dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dari departemen *Statistik Universitas Padjajaran* yaitu suatu metode yang digunakan untuk menaikkan atau mengubah tingkat pengukuran dari data ordinal menjadi interval (Al Rasyid, 1993).

4. Metode Analisis dan Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan diolah secara kualitatif dan kuantitatif. Secara kuantitatif, data diolah dengan menggunakan program EViews dan kemudian digunakan untuk membentuk model regresi linier berganda dengan model sebagai berikut:

$$VIS = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$$

$$VIS = b_0 + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Untuk menganalisis kunjungan ke Pantai Sari Ringgung yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan ke Pantai Sari Ringgung, penghasilan per bulan, jarak tempuh, penilaian pengunjung, dan jumlah alternatif wisata, sehingga diformulasikan sebagai berikut:

$$VIS = b_0 + b_1TC + b_2INC + b_3DIS + b_4U + b_5ALT + e$$

Keterangan:

VIS = Jumlah kunjungan ke Pantai Sari Ringgung dalam satu tahun terakhir
atau pada tahun diadakan penelitian yaitu tahun 2015
(frekuensi kunjungan per tahun)

TC = Biaya perjalanan (rupiah)

INC = Pendapatan (rupiah)

DIS = Jarak tempuh (km)

U = Penilaian pengunjung (skala interval)

ALT = Obyek wisata alternatif

b_0 = konstanta

b_1 - b_5 = koefisien regresi

e = *error term*

5. Pendugaan Surplus Konsumen

Setelah mengetahui fungsi permintaan, maka kita dapat mengukur surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan selisih antara total kesediaan yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk suatu unit barang tertentu dengan pembayaran yang dilakukannya (Firandari, 2009). Untuk menghitung nilai surplus konsumen, menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$WTP \quad \text{Consumer Surplus} = \frac{Y^2}{2b_i}$$

dengan Y adalah jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu i; dan b adalah koefisien dari biaya perjalanan (Garrod dan Willis, 1999, dalam Susilowati, 2009).

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengukur validitas digunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus Korelasi *Product Moment* yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{[(n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)][(n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)]}}$$

keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

X = Skor masing-masing pernyataan dari tiap responden

Y = skor total semua pernyataan dari tiap responden

Pengujian kevalidan menggunakan r *Product moment* pada derajat kebebasan (dk) = $n-k-1$ dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $r_{xy} > r$ tabel, maka daftar pertanyaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang *reliable* akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil akan tetap sama.

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat Pengukur yang digunakan dapat dipercaya dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:

$$R_{xy} = \left| \frac{K}{K-1} \frac{\sum \alpha^2}{\alpha^2} \right|$$

Keterangan:

r_{xy} = Kereliabelan instrumen

K = Jumlah pertanyaan

t^2 = Jumlah varian total

t^2 = Jumlah varian pertanyaan

Jika $r_{xy} > r$ tabel, maka daftar pertanyaan dinyatakan reliabel

G. Uji Asumsi Klasik

1. Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian dari residual model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak homokedastis atau dengan kata lain tidak konstan. Data yang diambil dari pengamatan satu ke lain atau data yang diambil dari observasi satu ke yang lain tidak memiliki residual yang konstan atau tetap. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan menguji residual hasil estimasi menggunakan metode *White Heterokedasticity Test (No Cross Term)* dengan membandingkan nilai *Obs*R Square* (χ^2 hitung) dengan nilai *Chi-square* (χ^2 tabel). Jika nilai *Chi-square* yang didapatkan melebihi nilai *Chi-square* kritis pada tingkat signifikansi yang dipilih, kesimpulannya adalah terdapat heterokedastisitas. Jika nilainya tidak melebihi nilai *Chi-square* kritis, tidak terdapat heterokedastisitas. (Gujarati, 2010)

Hipotesis yang digunakan:

H_0 : model terbebas dari masalah heteroskedastisitas

H_a : model mengalami masalah heteroskedastisitas

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

JB statistik $> \chi^2$ tabel, p -value $> 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima

JB statistik $< \chi^2$ tabel, p -value $< 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji Jarque-Bera (JB). Pengujian ini diawali dengan menghitung *skewness* (kemiringan) dan *kurtosis* (keruncingan) yang mengukur residual OLS dan menggunakan pengujian statistik:

$$JB = n \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24} \right]$$

di mana n = ukuran sampel, S = koefisien *skewness*, dan K = koefisien *kurtosis*.

Di bawah hipotesis nol, residual memiliki distribusi normal, JB statistik mengikuti distribusi *Chi-square* dengan df 2 secara asimtotik.

Hipotesis yang digunakan:

H_0 : residual terdistribusi dengan normal

H_a : residual terdistribusi tidak normal

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

JB statistik $> \chi^2$ tabel, p -value $> 5\%$, H_0 ditolak, H_a diterima

JB statistik $< \chi^2$ tabel, p -value $< 5\%$, H_0 diterima, H_a ditolak

3. Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti keberadaan dari hubungan linear yang “sempurna”, atau tepat, di antara sebagian atau seluruh variabel penjelas dalam sebuah model regresi. Pengujian terhadap gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan menghitung *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil estimasi. Semakin besar nilai VIF, variabel X_i akan semakin “bermasalah” atau semakin kolinear. Sebagai suatu aturan baku, jika nilai VIF suatu variabel melebihi 10, yang akan terjadi di mana jika nilai R^2 melebihi 0,90, variabel tersebut dikatakan sangat kolinear. Kecepatan dari meningkatnya varians atau kovarians dapat dilihat dengan *Variance Inflation Factor* (VIF), yang didefinisikan sebagai:

$$VIF = \frac{1}{(1-r_{23}^2)}$$

Seiring dengan r_{23}^2 mendekati 1, VIF mendekati tidak terhingga. Hal tersebut menunjukkan sebagaimana jangkauan kolinearitas meningkat, varian dari sebuah estimator juga meningkat, dan pada suatu nilai batas dapat menjadi tidak terhingga. (Gujarati, 2010)

H_0 : VIF > 5 , terdapat multikolinearitas antar variabel bebas

H_a : VIF < 5 , tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas

3. Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana faktor-faktor pengganggu yang satu dengan yang lain tidak saing berhubungan. Pengujian terhadap gejala autokorelasi dilakukan dengan pengujian *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test* dengan membandingkan nilai *Obs*R Square* dengan nilai *Chi-square*. (Gujarati, 2010)

H_0 : model terbebas dari masalah autokorelasi

H_a : model mengalami masalah autokorelasi

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

JB statistik $> \chi^2$ tabel, p -value $> 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima

JB statistik $< \chi^2$ tabel, p -value $< 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak

H. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat hubungan atau pengaruh antara variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat (Gujarati, 2010). Cara menghitung uji t statistik adalah:

$$t_0 = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\sigma_X} = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\sigma / \sqrt{n}}$$

Dimana:

\bar{X} = rata-rata dari seluruh sampel

μ_0 = rata-rata x

σ = simpangan baku

n = jumlah sampel

hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat,
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian ini akan memperlihatkan hubungan atau pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. (Gujarati, 2010)

Cara menghitung uji F statistik adalah:

$$F_{tabel} = \frac{1}{F_{\alpha}(v_1, v_2)}$$

Dimana:

v_1 = *numerator degree of freedom* (k-1)

v_2 = *denominator degree of freedom* (n-k)

= tingkat signifikansi

k = jumlah variabel

n = jumlah pengamatan

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$, secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$, secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Dengan kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 3) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara bersama-sama seluruh variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat,
- 4) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama seluruh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Karakteristik pengunjung Pantai Sari Ringgung adalah 52,50% laki-laki, 50% pengunjung usia 21-30 tahun, 61,25% berstatus belum menikah, 50% lulusan SMA, 28,75% bekerja sebagai wiraswasta, 38,75% dengan tingkat pendapatan Rp1.000.000,01—Rp2.000.000, sebanyak 56,25% pengunjung yang berasal dari Bandar Lampung, dan 50% mengetahui dari rekomendasi teman.
2. Hasil uji parsial melalui uji t statistik menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan dan rekreasi alternatif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung, variabel pendapatan dan persepsi pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah variabel jarak tempuh.
3. Hasil uji simultan melalui uji F menunjukkan adanya pengaruh secara bersama-sama yang signifikan dari variabel biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, persepsi pengunjung dan rekreasi alternatif terhadap kunjungan ke Pantai Sari Ringgung

4. Berdasarkan hasil perhitungan elastisitas, variabel biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, dan rekreasi alternatif bersifat inelastis, sedangkan variabel persepsi pengunjung bersifat elastis.
5. Surplus konsumen sebesar Rp93.283,582 per individu per kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh pengunjung masih jauh di atas harga rata-rata biaya perjalanan yaitu sebesar Rp31.907,00 per individu per kunjungan.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, perlu adanya perawatan dan penambahan fasilitas dengan memperhatikan karakteristik serta keinginan pengunjung diantaranya: menjaga kebersihan pantai dengan melibatkan pengunjung maupun pengelola, menambah penyediaan air bersih, menjaga kebersihan fasilitas kamar mandi dan kamar bilas, meningkatkan perawatan fasilitas pondokan, menyediakan fasilitas tempat duduk, menyediakan fasilitas penginapan, menambah sarana wisata air dan permainan anak, melakukan perawatan terhadap sarana wisata, dan mengencarkan promosi untuk menarik minat wisatawan luar kota hingga mancanegara.
2. Pengelolaan tempat wisata harus sesuai dengan kaidah pengelolaan ekowisata agar dapat mempertahankan nilai sumber daya alam dan lingkungan yang dimilikinya di samping keberlanjutan penghasilan perusahaan.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan perhitungan mengenai nilai total ekonomi sehingga dapat memberikan masukan bagi pengembangan Pantai Sari Ringgung lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, Harun. 1993. *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Program Pasca Sarjana Universitas Padjajaran
- Aprilian, Rani. 2009. *Analisis Permintaan dan Surplus Konsumen Taman Wisata Alam Situ Gunung dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/14138> Diakses pada 3 September 2015
- BPS. 2014. *Buku Saku Provinsi Lampung*, beberapa terbitan. BPS Provinsi Lampung. Lampung
- BPS. 2009-2014. *Lampung dalam Angka*, beberapa terbitan. BPS Provinsi Lampung. Lampung
- Djijono. 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Provinsi Lampung*. makalah Pengantar Falsafah Sains. Program Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor
- Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Firandari, Tri. 2009. *Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/15095> Diakses pada 3 September 2015
- Gujarati, Damonar. 2010. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Buku 1 Edisi 5. Jakarta: Penerbit Erlangga
- <http://lampost.co/berita/media-sosial-bantu-tingkatkan-kunjungan-wisatawan-ke-lampung> Diakses pada 1 Oktober 2015
- <http://www.lampungprov.go.id/berita-974-pantai-lampung-tak-kalah-dengan-bali> Diakses pada 29 September 2015
- Igunawati, Diana. 2010. *Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/22967/> Diakses pada 3 September 2015
- Nazir, N. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia
- Nicholson, W. 1995. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara

- Nugroho, Puguh Setyo. 2010. *Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Glagah dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost) di Desa Glagah Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Probo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
<http://eprints.uns.ac.id/6374/1/131580608201006031.pdf> Diakses pada 11 September 2015
- ORTAÇE ME, Veli, Burhan ZKAN and Osman KARAGÜZEL. 2002. *An Estimation of the Recreational Use Value of Kursunlu Waterfall Nature Park by the Individual Travel Cost Method*. Jurnal. Faculty of Agriculture Department of Landscape Architecture Atalya Turkey.
<https://journals.tubitak.gov.tr/agriculture/abstract.htm?id=5204> Diakses pada 16 September 2015
- Pantaisariringgung.com Diakses pada 4 Oktober 2015
- Rizkiyah, Nur. 2013. *Kajian Pengembangan Objek Wisata Pantai Depok terhadap Pendapatan Asli Daerah*. Jurnal. Jurusan Pendidikan Geografi IKIP Veteran Semarang. <http://e-journal.ikip-veteran.ac.id/index.php/geografi/article/view/230> Diakses pada 25 September 2015
- Salma, Irma Afia dan Indah Susilowati. 2003. *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. Jurnal. _____ . <http://eprints.undip.ac.id/13978/> Diakses pada 1 September 2015
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suharti, Feby. 2007. *Analisis Permintaan dan Surplus Konsumen Kebun Wisata Pasirmukti dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Pertanian dan Sumberdaya Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/57564?show=full> Diakses pada 3 September 2015
- Susilowati, Mutiara Indah. 2009. *Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method*. Skripsi. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/14076/H09mis.pdf?sequence=2&isAllowed=y> Diakses pada 3 September 2015
- Widarjono, Agus. 2003 *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*, edisi ke empat. Jogjakarta: UPP STIM YKPS
- Wikipedia.com
- Yuwana, Deva Millian Satria. 2010. *Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/26523/> Diakses pada 3 September 2015