

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Pengertian Wisata Alam

Wisata dalam bahasa Inggris disebut tour yang secara etimologi berasal dari kata torah (Ibrani) yang berarti belajar, tornus (bahasa Latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Perancis kuno disebut tour yang berarti mengelilingi sirkuit. Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata (Suyitno, 2001).

Menurut Fandeli (2001), wisata adalah perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Wisata memiliki karakteristik - karakteristik antara lain :

1. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan komponen - komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata dan lain-lain.

3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata.
4. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.
5. Tidak untuk mencari nafkah ditempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi (Suyitno, 2001).

Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniah, men-dapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam (Anonymous, 1982 dalam Saragih, 1993).

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramean kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani. Dalam melakukan wisata alam kita harus melestarikan area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat sehingga bias menjadi Desa wisata, agar desa tersebut memiliki potensi wisata yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti alat transportasi atau penginapan (anonimous).

2. Pengertian Pariwisata

Menurut *H.Kodhyat* (1983:4) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Salah Wahab (1975:55) mengemukakan definisi pariwisata, yaitu : pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Menurut pendapat dari *James J. Spillane* (1982:20) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Definisi yang dikemukakan oleh *A.J. Burkart* dan *S. Medik* (1987) Pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan- tujuan diluar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu.

Definisi yang dikemukakan oleh Prof. *Salah Wahab* dalam Oka Yoeti (1994, 116.)

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang

mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh *Yoeti*, (1991:103).Pariwisata berasal dari dua kata, yakni Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata "Pariwisata" dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan "Tour".

Menurut pendapat *RG. Soekadijo* (1997:8), Pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan.

Suyitno (2001) tentang Pariwisata sebagai berikut :

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

Menurut Mill dan Morrison (1985), ada beberapa variabel sosioekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata, yaitu:

a. Umur

Hubungan antara pariwisata dan umur mempunyai dua komponen, yaitu besarnya waktu luang dan aktivitas yang berhubungan dengan tingkatan umur tersebut. Terdapat beberapa perbedaan pola konsumsi antara kelompok yang lebih tua dengan kelompok muda.

b. Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor penting dalam membentuk permintaan untuk mengadakan perjalanan wisata. Bukan hanya perjalanan itu sendiri yang memakan biaya, namun wisatawan juga harus mengeluarkan uang untuk jasa yang terdapat ditempat tujuan wisata dan di semua aktivitas yang dilakukan selama mengadakan perjalanan.

c. Pendidikan

Tingkat pendidikan mempengaruhi tipe dari waktu luang yang digunakan dalam perjalanan yang dipilih. Selain itu, pendidikan merupakan motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, atau dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi pandangan seseorang dan memberikan lebih banyak pilihan yang dapat diambil seseorang.

3. Pengertian Obyek Wisata

Pengertian obyek dan daya tarik wisata menurut Marpaung (2002:78) adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat

wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Obyek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya.

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

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi : a. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.

Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu, misalnya penyediaan aksesibilitas atau fasilitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Obyek dan Daya Tarik Wisata dalam penelitian ini adalah keindahan alam di Lokawisata Teluk Kiluan serta keasrian alam yang masih terjaga.

Menurut *SK Menparpostel No. KM 98 PW. 102 MPPT – 87* yaitu :

“Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan”.

4. Kebijakan Pengembangan Pariwisata

4.1 Kebijakan Pokok

- a. Mewadahi, membangun dan mengembangkan manfaat potensi pariwisata sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan lapangan kerja.
- b. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan aparatur serta pemberdayaan tugas dan fungsi organisasi Diparda sebagai fasilitator dan regulator pengembangan pariwisata.
- c. Meningkatkan kesempatan berusaha dan keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan kawasan wisata
- d. Melaksanakan kerjasama pariwisata antar daerah dan dunia usaha.

4.2 Kebijakan Spasial (keruangan) Pariwisata

- a. Memberikan arahan yang jelas bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Garut berdasarkan karakteristik keruangannya melalui penetapan zonasi pengembangan.
- b. Untuk kemudahan pembangunan serta pengelolaannya, perlu dilakukan pengelompokan obyek dan daya tarik wisata pada Satuan Kawasan Wisata (SKW). Satuan-satuan kawasan wisata tersebut merupakan kawasan yang memiliki pusat-pusat kegiatan wisatawan dan mempunyai keterkaitan sirkuit atau jalur wisata.
- c. Melakukan urutan prioritas pengembangan satuan kawasan wisata dengan memperhatikan dampaknya terhadap perkembangan obyek dan daya tarik wisata.

4.3 Kebijakan Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata

- a. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata menyangkut aspek perencanaan, pemanfaatan dan pengendalian yang satu sama lainnya merupakan satu kesatuan yang terintegrasi, oleh karenanya pembangunan obyek dan daya tarik wisata harus didasarkan pada sistem perencanaan.
- b. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata dilakukan berdasarkan pendekatan pembangunan Satuan Kawasan Wisata dengan nuansa nilai agama, budaya, estetika dan moral yang dianut oleh masyarakat.
- c. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata dilakukan sesuai dengan mekanisme pasar dan meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata pantai dan wisata petualangan.

4.4 Kebijakan Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata

- a. Penyiapan sistem perencanaan Tata Ruang Kawasan Wisata
- b. Meningkatkan aksesibilitas ke kawasan wisata
- c. Pemenuhan fasilitas standar (fasilitas kesehatan, keamanan, kebersihan, komunikasi) di kawasan wisata sesuai dengan kebutuhan.
- d. Menarik investor untuk membangun akomodasi dan fasilitas penunjang lainnya.

5. Valuasi Ekonomi

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

Contingen Valuation Method (CVM) merupakan metode valuasi sumber daya alam dan lingkungan dengan cara menanyakan secara langsung kepada konsumen tentang nilai manfaat sumber daya alam dan lingkungan yang mereka rasakan. Nilai sumber daya alam dapat diperoleh dengan menanyakan kesanggupan untuk membayar (*Willingness to Pay / WTP*) yang dapat dinyatakan dalam bentuk uang.

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

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

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

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

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

Hasil dari valuasi dinyatakan dalam nilai uang (*money terms*) sebagai cara dalam mencari *preference revelation*. Nilai uang juga memungkinkan digunakan untuk membandingkan antara "nilai lingkungan hidup (*environmental values*)" dan "nilai pembangunan (*development values*)" (CSERGE, 1994 dalam Irmadi, 2004). Pada prinsipnya valuasi ekonomi bertujuan untuk memberikan nilai ekonomi terhadap sumberdaya yang digunakan sesuai dengan nilai riil menurut sudut pandang masyarakat.

Dalam konteks ilmu ekonomi sumber daya alam dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan sudah cukup banyak berkembang. Menurut Hufschmidt dalam Djijono (2000) secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) pada sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survey.

1. Pendekatan Orientasi Pasar

- a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang jasa :
 - Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)

- Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*)
- b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan :
 - Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - Biaya penggantian (*replacement cost methods*)
 - Proyek bayangan (*shadow project methods*)
 - Analisa keefektifan biaya
- c. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*) :
 - Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - Pendekatan nilai kepemilikan
 - Pendekatan lain terhadap nilai tanah
 - Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*)
 - Penerimaan kompensasi

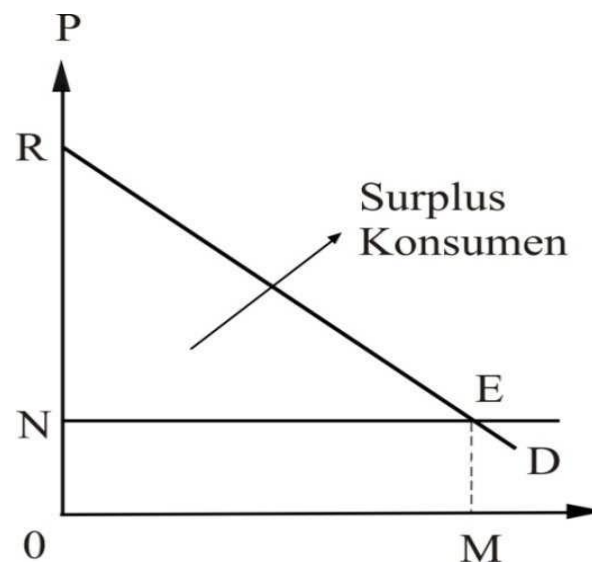
2. Pendekatan Orientasi Survei

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

Konsep valuasi ekonomi sebenarnya berdasarkan pada ekonomi neoklasikal (*neoclassical economic theory*) yang menekankan pada kepuasan atau keperluan konsumen. Berdasarkan pemikiran neoklasikal ini dikemukakan bahwa penilaian setiap individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut. Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli

untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar (Samuelson dan Nordhaus, 1998). Surplus konsumen terjadi karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berasal pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab terjadinya surplus konsumen, karena konsumen membayar untuk setiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama (Samuelson dan Nordhaus, 1998).

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



Gambar 2. Konsumsi Pariwisata

Sumber: Djijono, 2002

Keterangan:

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

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

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

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah dengan menghitung nilai ekonomi total (*total economic value*). Nilai ekonomi total adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sumber daya alam baik nilai guna maupun nilai fungsionalnya (Djijono, 2002). Nilai ekonomi total dapat ditulis dalam persamaan matematik sebagai berikut:

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

Keterangan :

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

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

Komponen pertama, yaitu *use value* pada dasarnya diartikan sebagai nilai yang diperoleh seorang individu atas pemanfaatan langsung dari sumber daya alam dimana individu berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan lingkungan. *Use value* secara lebih rinci diklasifikasikan kembali kedalam *direct use value* dan *indirect use value*. *Direct use value* merujuk pada kegunaan langsung dari konsumsi sumber daya seperti penangkapan ikan dan pertanian. Sementara *indirect use value* merujuk pada nilai yang dirasakan secara tidak langsung kepada masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Termasuk didalam kategori *indirect use value* ini misalnya fungsi pencegahan banjir dan *nursery ground* dari suatu ekosistem.

Komponen kedua, *non-use value* adalah nilai yang diberikan kepada sumber daya alam atas keberadaannya meskipun tidak dikonsumsi secara langsung. *Non-use value* lebih bersifat sulit diukur (*less tangible*) karena lebih didasarkan pada preferensi terhadap lingkungan dibandingkan dengan pemanfaatan langsung. Secara detail kategori *non-use value* ini dibagi kedalam *sub-class* yaitu *existence value*, *bequest value* dan *option value*. *Existence value* pada dasarnya adalah penilaian yang diberikan dengan terpeliharanya sumber daya alam dan lingkungan. *Bequest value* diartikan sebagai nilai yang diberikan oleh generasi kini dengan menyediakan atau mewariskan (*bequest*) sumber daya untuk generasi

mendatang (mereka yang belum lahir). Sementara *option value* lebih diartikan sebagai nilai pemeliharaan sumber daya sehingga pilihan untuk memanfaatkan untuk masa yang akan datang tersedia. Nilai ini merujuk pada nilai barang dan jasa dari sumber daya alam yang mungkin timbul sehubungan dengan ketidakpastian permintaan di masa yang akan datang.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh para pembuat kebijakan adalah bagaimana menilai suatu sumberdaya alam secara komprehensif. Penilaian tidak hanya mengenai *market value* dari barang yang dihasilkan dari suatu sumberdaya, melainkan juga jasa yang ditimbulkan oleh sumberdaya tersebut. Pertanyaan yang sering timbul dalam proses penilaian misalnya bagaimana mengukur atau menilai jasa tersebut padahal konsumen tidak mengkonsumsinya secara langsung. Lebih lagi jika konsumen tidak pernah mengunjungi tempat dimana sumberdaya alam tersebut berada (Irmadi, 2004).

6. Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Menurut Ward et. al, (2000) dalam rahardjo, (2002), metode penilaian khususnya untuk mengukur nilai ekonomi wisata alam yang paling banyak dipakai adalah metode biaya perjalanan (*travel costmethod*). Metode ini menduga total nilai ekonomi (*total economic value*) kawasan wisata berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat terhadap kenikmatan yang tidak ternilai (dalam rupiah) dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata, baik itu *opportunity cost* maupun biaya langsung yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, konsumsi makanan, minuman, hotel, tiket masuk dan sebagainya. Pada dasarnya konsep dasar dari metode *travel cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus

dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999). Hal itu yang disebut dengan *willingness to pay* yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.

Secara prinsip metode biaya perjalanan ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi tempat-tempat rekreasi. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari wisatawan, dapat dikaji berapa nilai (*value*) yang diberikan wisatawan terhadap tempat rekreasi yang dikunjunginya. Penilaian dengan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) merupakan penggunaan pasar pengganti untuk menganalisis permintaan terhadap daerah rekreasi. Biaya perjalanan (*travel cost*) direpresentasi sebagai nilai atau harga barang lingkungan tersebut. Namun selain biaya perjalanan untuk menilai suatu tempat wisata. Ada beberapa variabel lain yang dapat digunakan untuk menilai suatu tempat wisata, diantaranya yaitu : biaya perjalanan ke lokasi alternatif, pendapatan rumah tangga, dan variabel tingkah laku (Yakkin 1997, dalam Sahlan 2008).

Pada awalnya pendekatan biaya perjalanan digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan.

Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak

mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut akan menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, maka akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut.

Permintaan yang dimaksud adalah permintaan efektifnya yang disertai dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000).

Pendekatan biaya perjalanan banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi

tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000).

Menurut Garrod dan Willis (1999), terdapat beberapa pendekatan yang digunakan untuk menilai ekonomi melalui *travel cost method*, yaitu:

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*a simple zonal travel cost approach*).

Melalui metode biaya perjalanan dengan pendekatan zonasi, pengunjung dibagi dalam beberapa zona kunjungan berdasarkan tempat tinggal atau asal pengunjung, dan jumlah kunjungan tiap minggu dalam penduduk disetiap zona dibagi dengan jumlah pengunjung pertahun untuk memperoleh data jumlah kunjungan per seribu penduduk dan penelitiannya dengan menggunakan data sekunder.

2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*an individual travel cost approach*).

Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*) biasanya dilaksanakan melalui survey kuesioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan ke lokasi wisata dan kunjungan ke lokasi wisata yang lain (*substitute sites*), dan faktor-faktor sosial ekonomi (Suparmoko, 1997). Data tersebut kemudian digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dihitung.

7. Permintaan Ekowisata

Damanik (2006), mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain.

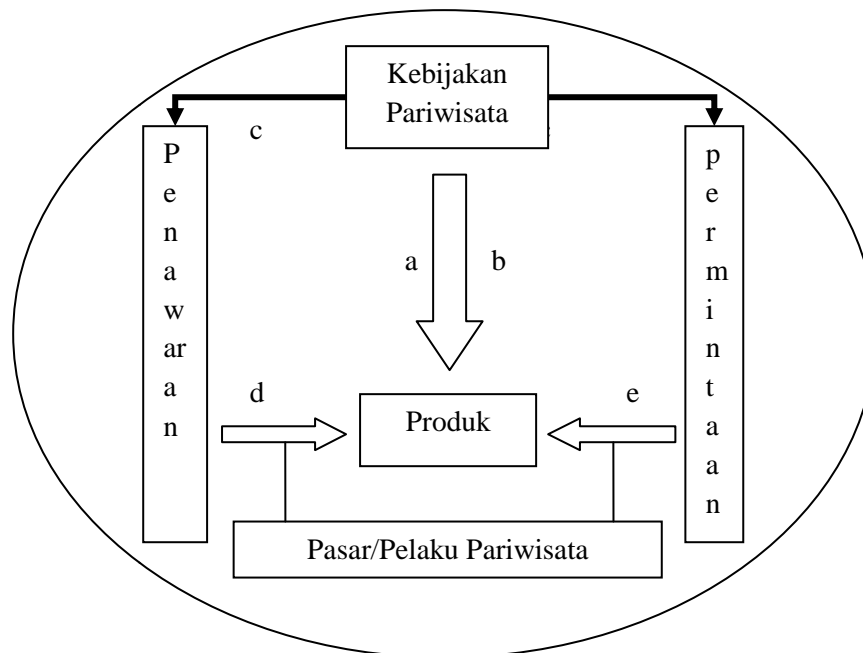
Hal ini dapat diartikan bahwa rekreasi dapat dilakukan di tempat-tempat hiburan seperti taman hiburan, bioskop dan akhir-akhir ini marak berekreasi di

mal-mal. Namun tidak sedikit masyarakat yang ingin mencari kesenangan di alam terbuka (*out door recreation*) dengan menikmati udara segar, pemandangan indah dan suasana alam yang nyaman, serta menikmati bentang alam yang mempesona. Hal ini menyebabkan kebutuhan masyarakat akan wisata menjadi meningkat.

Lebih lanjut, Damanik mengungkapkan bahwa dari sisi ekonomi pariwisata muncul dari empat unsur pokok yang saling terkait erat atau menjalin hubungan dalam sistem, yakni:

1. Permintaan akan kebutuhan.
2. Penawaran atau pemenuhan kebutuhan berwisata itu sendiri.
3. Pasar dan kelembagaan yang berperan untuk memfasilitasi keduanya.
4. Pelaku atau aktor yang menggerakkan ketiga elemen tadi.

Keterkaitan antar empat unsur tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan:

a) Mendorong; b) mengendalikan; c) mempengaruhi;
d) mengembangkan dan memasarkan; e) membeli

Gambar 3. Sistem Kepariwisataan

Sumber : Steck, et al, 1999 (dalam Damanik, 2006)

Di samping itu ada beberapa sarjana memberikan konsep ekowisata diantaranya: Fandeli (2000:5) memberi batasan ekowisata yaitu suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomis dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Berdasarkan pengertian tersebut, bentuk ekowisata pada dasarnya merupakan suatu gerakan konservasi yang dilakukan oleh penduduk Sementara Organisasi *The Ecotourism Society* (2000:15) mengatakan ekowisata suatu bentuk perjalanan wisata ke daerah alami yang dilakukan dengan aturan mengenai konservasi lingkungan dan pelestarian kehidupan serta kesejahteraan penduduk setempat dan *Eplerwood* (1999;23) ekowisata adalah bentuk baku dari perjalanan bertanggungjawab di daerah alami dan

berpetualangan yang dapat menciptakan industri pariwisata. Di samping itu ia juga mengemukakan delapan prinsip ekowisata yaitu.

1. Mencegah dan menanggulangi dampak dari aktivitas wisatawan terhadap alam dan budaya.
2. Pendidikan konservasi lingkungan artinya mendidik wisatawan dan masyarakat setempat akan pentingnya arti konservasi.
3. Pendapatan langsung untuk kawasan artinya pendapatan yang diperoleh dipergunakan untuk membina melestarikan dan meningkatkan kualitas kawasan pelestarian alam.
4. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan artinya masyarakat diajak dalam merencanakan pengembangan ekowisata termasuk melakukan pengawasan.
5. Penghasilan masyarakat artinya keuntungan secara nyata diterima masyarakat dari kegiatan ekonomi dapat mendorong masyarakat menjaga kelestarian kawasan alam.
6. Menjaga keharmonisan dengan alam artinya semua upaya pengembangan termasuk pengembangan fasilitas dan utilitas harus tetap menjaga keharmonisan dengan alam.
7. Daya dukung lingkungan artinya dalam pengembangan ekowisata harus tetap memperhitungkan daya dukung lingkungan.
8. Peluang penghasilan negara porsinya cukup besar.

Selanjutnya menurut A.A. Gde Raka Dalem (2002;4), ekowisata adalah penyelenggaraan kegiatan wisata yang bertanggung jawab di tempat alami atau daerah yang dibuat berdasarkan kaedah alam, mendukung upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

8. *Willingness to pay (WTP)*

Willingness To Pay (WTP) adalah kesediaan pengguna untuk mengeluarkan imbalan atas jasa yang diperolehnya. Pendekatan yang digunakan dalam analisis WTP didasarkan pada persepsi pengguna terhadap tarif dari jasa pelayanan angkutan umum tersebut. Dalam permasalahan transportasi WTP dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah:

1. Produk yang ditawarkan/disediakan oleh operator jasa pelayanan transportasi;
2. Kualitas dan kuantitas pelayanan yang disediakan;
3. Utilitas pengguna terhadap angkutan tersebut;
4. Perilaku pengguna.

B. Tinjauan Empiris

1. Penelitian terdahulu

a. Penelitian Luar Negeri

Shrestha, Seidl dan Moraes (2002), Studi tersebut menunjukkan nilai rekreasi memancing dari Brasil Pantanal diukur dengan menggunakan metode biaya perjalanan (TCM). Kami membandingkan non-linear, *Poisson* dan model jumlah data yang binomial negatif untuk memperkirakan kebutuhan rekreasi memancing. Data jumlah dan model terpotong digunakan terutama untuk memperhitungkan bilangan bulat dan pemotongan sifat non-negatif memancing rekreasi seperti yang disarankan oleh literatur valuasi rekreasi. Hasil menunjukkan bahwa non-linear dan model data jumlah terpotong tampil relatif

baik dalam penelitian mereka. Nilai-nilai ekonomi dari rekreasi memancing dalam hal surplus konsumen (CS) yang diturunkan menggunakan non-linear dan model terpotong. Kami memperkirakan nilai CS dari \$ 540,54 sampai \$ 869,57 per trip sehingga total kesejahteraan sosial perkiraan berkisar dari \$ 35 sampai \$ 56.000.000. Studi ini menunjukkan nilai yang relatif tinggi dari rekreasi memancing di Pantanal dibandingkan dengan penelitian serupa yang dilakukan di bagian lain dunia. Temuan penelitian ini akan menjadi penting bagi keputusan manajemen sumber daya di Pantanal dan bisa berfungsi sebagai acuan dalam menilai sumber daya yang sama di ekosistem lain di seluruh dunia.

Menurut Ajayi (2006), penelitian tersebut menilai kesediaan petani untuk membayar (WTP) untuk penyuluhan. Metode Penilaian Kontinjensi (CVM) digunakan untuk menilai jumlah yang petani bersedia membayar. Data primer pada, variabel sosio-ekonomi demografi petani dan WTP mereka dikumpulkan dari 228 petani yang dipilih secara acak dalam prosedur pengambilan sampel tahap-bijaksana dari Negara Oyo, Nigeria. Data yang dirangkum dengan menggunakan distribusi frekuensi sementara CVM, yang biasa digunakan oleh para ekonom sumber daya alam untuk menilai kesediaan masyarakat untuk bagian-dana proyek yang diusulkan, digunakan untuk menentukan jumlah yang petani bersedia membayar. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar petani menggambarkan diri mereka sebagai memiliki kemampuan untuk membayar layanan dan bersedia membayar jika pendapatan mereka dari pertanian akan meningkat dan program dibuat relevan untuk mereka. Mereka juga ingin membayar melalui koperasi. Hasil CVM menunjukkan bahwa *Lower Bound* Berarti (LBM) dari jumlah yang petani bersedia membayar untuk

perpanjangan adalah N391.47 per petani per tahun. Studi ini menyimpulkan bahwa ada tantangan untuk spesialis ekstensi untuk membuat program partisipatif dan petani relevan jika petani harus dibebankan dengan tanggung jawab berpartisipasi dalam pembiayaan penyuluhan pertanian.

Lee dan Han (2002), dalam penelitian ini hasil empiris menunjukkan bahwa sumber daya alam dan atau budaya taman nasional sampel memiliki penggunaan yang cukup dan nilai-nilai pelestarian, besarnya biaya masuk saat ini dan biaya pemeliharaan per pengunjung. Dengan demikian, nilai-nilai ini memberikan cukup pembenaran bagi otoritas taman nasional untuk meningkatkan biaya masuk untuk menjaga kualitas lingkungan alam, dan menghindari merendahkan sumber daya alam dalam hal tidak ada bantuan pemerintah. Temuan dapat memberikan bimbingan kepada pengelola taman nasional dan praktisi yang menetapkan kebijakan harga. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai-nilai sumber daya alam dan atau budaya yang berbeda di lima taman nasional yang khas, menunjukkan kemungkinan menggunakan biaya masuk diferensial sesuai dengan karakteristik taman.

b. Penelitian Dalam Negeri

Somadi (2012), dalam penelitian tersebut mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung objek wisata Curug Cimahi, menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*) yang dioperasionalkan menggunakan regresi linier berganda. Jumlah kunjungan individu sebagai variabel terikat dan 2 (dua) jenis variabel sebagai variabel bebas yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Curug Cimahi (meliputi biaya

transportasi, biaya konsumsi, biaya akomodasi/penginapan, biaya tiket masuk, biaya dokumentasi, biaya pembelian souvenir dan biaya lain-lain) dan variabel gender. Nilai ekonomi objek wisata Curug Cimahi yaitu nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp. 710.259,101 per individu per tahun atau sebesar Rp. 218.541,2618 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung nilai ekonomi objek wisata Curug Cimahi sebesar Rp. 10.804.461.444,412 (nilai surplus konsumen perindividu pertahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2011). Kemampuan membayar masyarakat atas objek wisata Curug Cimahi adalah sebesar Rp. 52.869,32 per satu kali kunjungan masih jauh diatas keinginan untuk membayar yang dilakukan oleh pengujung untuk berkunjung ke objek wisata Curug Cimahi. Hal ini mengindikasikan besarnya benefit yang dirasakan masyarakat yang memiliki kebutuhan rekreasi.

Menurut Hakim (2011), tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengukur nilai ekonomi di Rawapening. Penelitian ini diharapkan dapat melihat sejauh mana peran pariwisata alam dipandang sebagai tempat wisata yang ramah lingkungan . karenamanfaat wisata alam biasanya memiliki berbagai sumber daya alam seperti keanekaragaman hayati, manfaat langsung,dan tidak langsung berhubungan dengan fungsi-fungsi ekologis penting yang tidak hanya dianggap sebagai Lokawisata. Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh dari survei lapangan ke pelaku yang mengunjungi wisata Rawapening. Metode analisis yang digunakan dua metode. Ada metode biaya perjalanan dan metode contingent valuation.Penelitian ini menemukan faktor penting penentu probabilitas individu harus bersedia untuk membayar nilai nominal tertentu untuk peningkatan kualitas lingkungan adalah jumlah nominal

tawaran, pendapatan, dan pendidikan. Kemudian, penentu jumlah kunjungan adalah pengalaman untuk mengunjungi, biaya perjalanan, pendapatan, usia, dan persepsi. Nilai ekonomi dari ekowisata diperkirakan Rp 7,41 miliar untuk surplus konsumen dan Rp 1,65 miliar untuk Total keuntungan per tahun. Ini berarti bahwa nilai ekonomi yang signifikan wisata alam berbasis akan hilang dari setiap pembangunan skala besar dengan menurunkan lingkungan alam.

Menurut Marjhuca (2005), penelitian tersebut meneliti tentang pertumbuhan fenomenal pariwisata global telah langsung dan jauh mencapai konsekuensi bagi warisan alam dan budaya, karena langsung menghubungkan kegiatan wisata dengan penggunaan dampak rendah dari alam sumber daya, konservasi lingkungan dan kegiatan ekonomi yang berkelanjutan. Satu di antara banyak istilah diberikan kepada bentuk pariwisata adalah sektor ekowisata. Gerakan ekowisata berkembang pesat untuk zona pesisir daya tarik pariwisata, dalam hal ini sama seperti ekowisata di Ujung Genteng, Wilayah Jawa Barat konservasi alam penyuh hijau, terumbu karang dan pemandangan pantai berpasir, memancing masyarakat, dan lain-lain berbagai potensi alam, dapat bermanfaat untuk menarik wisatawan domestik baik wisatawan sebagai internasional. Metode biaya perjalanan dapat digunakan untuk memperkirakan nilai guna ekonomi terkait dengan ekosistem atau situs yang digunakan untuk rekreasi seperti Ujung Genteng di Area itu. Metode ini dapat digunakan untuk memperkirakan manfaat ekonomi atau biaya yang dihasilkan dari : 1) perubahan dalam akses Biaya untuk situs rekreasi, 2) penghapusan situs rekreasi yang ada, 3) penambahan baru situs rekreasi, dan 4) perubahan kualitas lingkungan di lokasi rekreasi. Premis dasar dari metode biaya

perjalanan adalah bahwa waktu dan biaya biaya travel yang dikenakan orang-orang untuk mengunjungi situs mewakili "harga" akses ke situs. Dengan demikian, kesediaan masyarakat untuk membayar untuk mengunjungi situs tersebut dapat diestimasi berdasarkan jumlah perjalanan yang mereka buat dengan biaya perjalanan yang berbeda. Hal ini analog dengan kesediaan masyarakat memperkirakan untuk membayar baik dipasarkan berdasarkan kuantitas yang diminta pada harga yang berbeda.

Menurut Abdillah, Mubarak dan Thamrin (2009), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai penggunaan langsung terdiri dari nilai ekonomi hutan di hutan Resort Dumai untuk bandwidth dari 3,298 hektar adalah Rp 8.649.994.400. Dengan nilai NPV dalam waktu 25 tahun adalah Rp 78.454.488.312,11. Nilai ekonomis kayu kabel itu sendiri dalam waktu 1 tahun adalah Rp 388.756.500. Sedangkan nilai ekonomi dalam 25 tahun adalah Rp3.466.901.293,70. Nilai ekonomi tanaman dihiasi adalah Rp608.415.040, dengan NPV dalam waktu 25 tahun adalah Rp 5.495.376.545,72-. Nilai ekonomi dari fauna adalah 330.030.000, Nilai NPV dalam 25 tahun mendatang adalah Rp 1.109.457.677. Nilai ekonomi tanaman obat dalam waktu 25 tahun (NPV) sebesar Rp10.043.360.612,61. Sementara nilai guna tidak langsung yang terdiri dari nilai ekonomi penyerapan karbon dari hutan adalah Rp 51.824.772.000, Nilai NPV dalam waktu 25 tahun dari penyerapan karbon Rp 470.388.298.259,56 dan nilai ekonomi hutan keberadaan Dumai adalah Rp 49.266.513.000. Nilai hutan keberadaan Dumai dalam waktu 25 tahun dengan faktor diskon 10% adalah Rp 447.148.724.859,53. Jumlah hutan bernilai ekonomi resort Dumai adalah Rp.112,177.938.617 dan Nilai NPV dalam waktu

25 tahun dengan asumsi harga stabil dan dengan tingkat bunga 10% adalah Rp.1, 017970152600.

Hasiani, Mulyani, Yuniarti (2007), dalam penelitian tersebut berbagai fungsi yang terkait dengan sumber daya alam (fungsi ekologis, sosial, ekonomi, dan arsitektural) dan nilai estetika yang dimilikinya (obyek dan lingkungan) dapat meningkatkan kualitas lingkungan dan untuk kelangsungan kehidupan perkotaan juga dapat menjadi nilai kebanggaan dan identitas kota. Sebagai obyek wisata alam, Taman Alun-alun Kapuas belum tertata dengan baik, pelaksanaan upaya pengelolaan objek wisata Taman Alun Kapuas membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Untuk itu diharapkan bagi pengunjung untuk membayar dalam pengelolaan Taman Alun Kapuas. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dalam menganalisis faktor-faktor kesediaan pengunjung untuk membayar. Sedangkan metode CVM (*ContingenValuation Method*) digunakan untuk mengestimasi biaya yang akan dikeluarkan oleh pengunjung, dan metode regresi berganda digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa yang mempengaruhi besar kesediaan membayar pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 84% responden bersedia membayar dalam upaya pengelolaan lingkungan obyek wisata Taman Alun Kapuas. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar responden pengunjung dalam upaya pengelolaan lingkungan obyek wisata Taman Alun Kapuas antara lain pendapatan (PNDPTN3) dan pengetahuan (PNGTHUAN). Nilai rata-rata WTP responden pengunjung adalah sebesar Rp 3360,00/orang. Faktor yang mempengaruhi nilai WTP responden yaitu usia (U).