

**ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA PANTAI KERANG
MAS DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR DENGAN
METODE *TRAVEL COST***

(Skripsi)

Oleh

Ririk Tri Handayani
NPM. 1711021001



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRAK

ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA PANTAI KERANG MAS DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR DENGAN METODE *TRAVEL COST*

Oleh

RIRIK TRI HANDAYANI

Objek wisata alam tidak memiliki nilai pasar yang pasti, pemberian nilai atau valuasi terhadap objek wisata alam sangat penting untuk diketahui sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan dan pengelolaan yang berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial dan simultan pengaruh dari biaya perjalanan ke objek wisata pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap permintaan objek wisata pantai Kerang Mas, serta Mengukur nilai manfaat ekonomi objek wisata pantai Kerang Mas dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (*OLS*) dengan jumlah permintaan ke objek wisata pantai Kerang Mas sebagai variabel terikat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata pantai Kerang Mas dan variabel pengalaman berkunjung sebelumnya. Namun Secara simultan Kelima variabel tersebut yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata pantai Kerang Mas. Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa nilai manfaat ekonomi objek wisata pantai Kerang Mas dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp 701.117.334.000..per tahun.

Kata Kunci : Metode biaya perjalanan individual, Permintaan pariwisata Pantai Kerang Mas, Nilai manfaat ekonomi.

ABSTRACT

DEMAND ANALYSIS OF KERANG MAS BEACH TOURISM OBJECTS IN EAST LAMPUNG REGENCY WITH TRAVEL COST METHOD

By

RIRIK TRI HANDAYANI

Natural tourism does not have a definite market value, the value or valuation of natural tourism objects is very important to know as a material for consideration in sustainable development and management..the purpose of this study was to determine and analyze partially and simultaneously the effect of travel costs to Kerang Mas beach attractions, travel costs to other tourist objects (Cemara Beach), income, age, and previous visiting experience on the demand for Kerang Mas beach attractions. , as well as measuring the value of the economic benefits of the Kerang Mas beach tourism object by using the individual travel cost method

The analytical tool used in this study is multiple linear regression using the Ordinary Least Square (OLS) method with the number of requests to the Kerang Mas beach tourism object as the dependent variable. The conclusion of this study show that partially, there are one variables that have a significant effect on the number of requests for Kerang Mas Beach attractions, it is the previous visiting experience. Simultaneously, the five variables, the cost of travel to the Kerang Mas beach attraction, the cost of traveling to another tourist attraction (Cemara Beach), income, age, and previous visiting experience have a significant effect on the number of requests for Kerang Mas beach attractions. Based on the calculation results, showed that the economic benefit value of the Kerang Mas beach tourism object with an individual travel cost approach is Rp 701.117.334.000./year.

Keywords: Individual travel cost method, Coastal tourism demand of Kerang Mas Beach, Value of economic benefits.

**ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA PANTAI KERANG
MAS DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR DENGAN
METODE *TRAVEL COST***

Oleh

Ririk Tri Handayani

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
2021**

Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA PANTAI
KERANG MAS DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
DENGAN METODE TRAVEL COST**

Nama Mahasiswa : **Ririk Tri Handayani**

No. Pokok Mahasiswa : **1711021001**

Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



MENGETAHUI

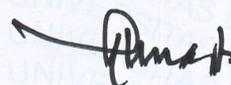
2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.
NIP 19631215 198903 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

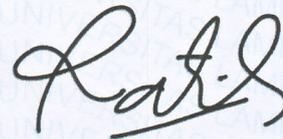
Ketua : Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.



Penguji I : Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.



Penguji II : Dr. Arivina Ratih Y.T., S.E., M.M.





2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 01 Juli 2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Bandar Lampung, 7 Juni 2021



Ririk Tri Handayani

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Rajabasa Baru pada tanggal 3 Juni 1999, anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Saryono dan Ibu Susilah.

Penulis menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak di TK Pertiwi Rajabasa Baru pada tahun 2005, sekolah dasar di SD Negeri 1 Rajabasa Baru pada tahun 2011, sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Way Jepara pada tahun 2014, madrasah aliyah negeri di MAN 1 Metro pada tahun 2017, Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Januari-Februari tahun 2020 di Desa Canggus, Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat. Pada bulan Oktober Tahun 2020 penulis melaksanakan MAGANG di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Provinsi Lampung, Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai KMB XIII BEM U KBM UNILA, STAF AHLI Aksi dan Propaganda BEM U KBM UNILA, serta anggota Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) Universitas Lampung.

PERSEMBAHAN

Dengan puji syukur kepada Allah Swt Kupersembahkan karya sederhana ini kepada kedua orang tua saya yaitu Bapak Saryono dan Ibu Susilah tercinta, serta kepada kedua kakakku Didik Haryanto dan Feri Anggrianto.

Terima kasih atas segala dukungan moril maupun materil serta do'a yang tiada henti dihaturkan kepada Allah Swt untuk kesuksesanku, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusyuk selain do'a yang terucap dari kedua orang tua. Terimalah persembahan bakti dan cintaku untuk Bapak dan Ibu tercinta serta untuk kedua kakaku.

Dan

Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung

MOTTO

“ Jika Allah menolongmu, maka tidak ada orang yang dapat mengalahkanmu. Jika Allah membiarkanmu (tidak memberi pertolongan), maka siapakah gerangan yang dapat menolong kamu (selain) dari Allah sesudah itu? Karena itu, hendaklah kepada Allah saja orang-orang mukmin bertawakal ”

(QS Ali Imran :160)

“ Terus berusaha menjadi orang baik dimanapun, kapanpun dan kepada siapa saja”

(Penulis)

SANWACANA

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. karena berkat limpahan kasih dan karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Permintaan Objek Wisata Pantai Kerang Mas di Kabupaten Lampung Timur Dengan Metode *Travel Cost*” yang merupakan salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Pembangunan di Universitas Lampung.

Di dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sehingga membantu proses penyelesaian skripsi ini. Oleh karenanya, pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan dan selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan dan arahan yang berguna bagi penulis untuk skripsi ini.
3. Bapak Heru Wahyudi S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Lampung.
4. Bapak Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, arahan, serta ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan dan arahan yang berguna bagi penulis untuk skripsi ini.
6. Ibu Ukhti Ciptawati, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembahas yang telah banyak memberikan masukan dan arahan yang berguna bagi penulis untuk skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
9. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) yang telah memberikan bantuan beasiswa Bidikmisi untuk penulis dalam menjalani perkuliahan di Universitas Lampung
10. Orang Tuaku, Ibu dan Bapak tercinta, Susilah dan Saryono yang tiada lelah-lelahnya mendukung, mendoakan, serta memberikan kasih sayang kepada penulis.
11. Kedua kakakku, Didik dan Feri serta keponakan-keponakanku terimakasih atas semangat, doa dan dukungannya.
12. Sepupuku Ricka Fazzira dan Diah Ayu Alpriliani yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis.
13. Keluarga Besar yang telah ikut mendoakan dalam mewujudkan cita-citaku. Semoga Allah SWT Selalu melindungi dan memberikan kebahagiaan.
14. Pengelola pantai Kerang Mas, Bapak Bibin dan Bapak Suwandi yang telah membantu dalam penelitian ini.
15. Sahabat-sahabat 'Girls' yang selalu ada bersama penulis yaitu, Rahmah Nurul Mahmudah, Lailatul Nasih, Dita Angelia, Adinda Putri Mullya, Mutiara Surya Indah, Dina Dharmayanti, dan Intan Fuziah.
16. Sahabat-sahabat 'Sekosan' yang telah memperjuangkan statusnya dari awal perkuliahan sampai masa perkuliahan yaitu, Oktaria Pramesella, Eka Septiana wulandari, dan Suci Ramadhanti.

17. Sahabat-sahabat ‘Seperbimbingan’ yang selalu saling memberikan semangat dan saling membantu yaitu, Sekar, Rita, Wiwin, Sari, Rahma, Selvi, dan Viki.
18. Sahabat-sahabat SMP yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis yaitu Risky Alfatekha dan Anggi Safitri.
19. Sahabat-sahabat ‘ARKA’ yang selalu menjadi tempat berbagi cerita dan yang selalu memberikan semangat yaitu, Luluk, Maul, dan Fahmi.
20. Sahabat-sahabat ‘MAN’ yang selalu memberikan keceriaan dan semangat untuk penulis yaitu Della, Luluk, Indah, Siska, Riski, Suci, Okta.
21. Sahabat-sahabat KKN, yaitu Dina, Darwin, Helda, Nadya yang memberikan dukungan bagi penulis selama KKN dan juga setelahnya.
22. Teman-teman Ekonomi Pembangunan angkatan 2017 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah bersama-sama di Ekonomi Pembangunan dari awal perkuliahan hingga saat ini.
23. Berbagai pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua di masa yang akan datang. Amin

Bandar Lampung, 7 Juni 2021

Ririk Tri Handayani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	12
1. Permintaan	12
2. Pariwisata	16
3. Permintaan Pariwisata.....	20
4. Wisatawan	21
5. Pendekatan Biaya Perjalanan	23
6. Nilai Manfaat Ekonomi	25
7. Hubungan Antara Variabel Penelitian	26
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	30
D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	33
B. Jenis Dan Sumber Data	33
C. Metode Penentuan Sampel	34
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Spesifikasi Model Penelitian	36
F. Definisi Operasional Variabel.....	37

G. Alat Analisis.....	40
H. Metode Analisis	41
1. Uji Validitas dan reliabilitas.....	41
2. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas.....	42
b. Uji Multikolinearitas	43
c. Uji Heteroskedastisitas	43
d. Uji Autokorelasi.....	44
3. Analisis Regresi.....	44
4. Pengujian Hipotesis	45
a. Uji Parsial (Uji t).....	45
b. Uji F	47
c. Uji Determinasi (R^2)	48
5. Perhitungan Nilai Ekonomi	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Deskriptif Objek Penelitian	50
C. Deskriptif Pelaksanaan Survei	51
D. Deskriptif Karakteristik Responden	51
1. Jenis kelamin	51
2. Umur	52
3. Pekerjaan	53
4. Pendapatan (uang saku) perbulan	53
5. Pengalaman berkunjung sebelumnya	54
6. Jumlah kunjungan	55
7. Tujuan kunjungan	56
8. Sumber informasi tempat wisata	56
9. Kelompok kunjungan	57
10. Transportasi	58
11. Biaya perjalanan ke objek wisata Kerang Mas	58
12. Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai cemara)	59
E. Persepsi pengunjung mengenai objek wisata Pantai Kerang Mas	60
1. Aksesibilitas	60
2. Keindahan Alam	61
3. Kebersihan	62
4. Keamanan	63
5. Fasilitas pendukung	64
6. Wahana wisata	65
7. Usaha pendukung	66
8. Harga tiket masuk	67
F. Uji validitas dan reliabilitas	68
G. Uji Asumsi Klasik	69
H. Analisis Regresi	72
I. Uji Hipotesis	75
J. Nilai ekonomi objek wisata Pantai Kerang Mas	79
K. Pembahasan	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Wisatawan ke Provinsi Tahun 2014-2018.....	3
2. Objek wisata di Kabupaten Lampung Timur	5
3. Perbandingan jumlah pengunjung objek wisata di Lampung Timur	7
4. Jumlah pengunjung Pantai Kerang Mas Tahun 2019	8
5. Ringkasan penelitian terdahulu	28
6. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin `	51
7. Identitas responden berdasarkan umur	52
8. Identitas responden berdasarkan pekerjaan	53
9. Identitas responden berdasarkan pendapatan (uang saku) perbulan	54
10. Identitas responden berdasarkan pengalaman berkunjung sebelumnya	54
11. Identitas responden berdasarkan jumlah kunjungan	55
12. Identitas responden berdasarkan tujuan kunjungan	56
13. Identitas responden berdasarkan sumber informasi tempat wisata	56
14. Identitas responden berdasarkan kelompok kunjungan	57
15. Identitas responden berdasarkan transportasi	58
16. Identitas responden berdasarkan biaya perjalanan ke Pantai Kerang Mas	59
17. Identitas responden berdasarkan biaya perjalanan ke objek wisata lain	59
18. Hasil uji validitas kuesioner pada pengunjung	68
19. Hasil uji reliabilitas	69
20. Hasil uji normalitas	70
21. Hasil uji multikolinearitas	71
22. Hasil uji heteroskedastisitas	71
23. Hasil uji autokorelasi	72
24. Hasil analisis regresi	73

25. Hasil uji t statistik	75
26. Hasil uji F statistik	78
27. Hasil uji determinasi (R^2)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar kurva permintaan	15
2. Gambar pergeseran sepanjang kurva permintaan	15
3. Gambar kerangka pemikiran	31
4. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai aksesibilitas	61
5. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai keindahan	62
6. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai kebersihan	63
7. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai keamanan	64
8. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai fasilitas pendukung	64
9. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai wahana wisata.....	66
10. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai usaha pendukung	67
11. Penilaian responden pengunjung Pantai Kerang Mas mengenai harga tiket masuk	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner penelitian.....	95
2. Responden objek wisata Pantai Kerang Mas	99
3. Uji validitas	105
4. Uji reliabilitas	111
5. Data regresi	117
6. Hasil regresi ordinary least square	120
7. Hasil uji normalitas	120
8. Hasil uji multikolinearitas	121
9. Hasil uji heteroskedastisitas	121
10. Hasil uji autokorelasi	122
11. Jumlah kunjungan Pantai Kerang Mas tahun 2019	123
12. Tabel perhitungan surplus konsumen	123
13. Tabel r	126
14. Tabel t	129
15. Tabel F	132
16. Tabel <i>chi Square</i>	135
17. Hasil dokumentasi	138

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan modal dasar dalam pembangunan. Dengan keberagaman kekayaan sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia, seperti potensi alam, flora, fauna, keindahan alam serta bentuknya yang berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan, dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari daya tarik ini mendorong pemerintah untuk mendirikan industri pariwisata (Igunawati, 2010).

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya (Meyers, 2009). Kegiatan pariwisata di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat serta memiliki prospek yang cerah dan dapat dikembangkan menjadi salah satu alat penopang perekonomian (Armos, 2013). Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dalam sektor jasa dengan Tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini, bersama dengan industri teknologi dan informasi, industri pariwisata diperkirakan menjadi penggerak utama perekonomian abad 21 (Shanty, 2011).

Usaha untuk menumbuh kembangkan industri pariwisata di Indonesia didukung dengan UU No. 9 Tahun 1990 yang menyebutkan bahwa “Keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatnya taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan rasa cinta lingkungan, serta melestarikan alam dan budaya setempat”. Bahkan pada beberapa daerah menunjukkan bahwa industri pariwisata mampu mendongkrak daerah tersebut dari keterbelakangan dan menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama.

Salah satu metode penilaian untuk mengukur nilai ekonomi suatu wisata alam yang banyak digunakan adalah *Travel Cost Method* (TCM). Metode Biaya Perjalanan dapat dikatakan sebagai metode yang pertama kali digunakan untuk menduga nilai ekonomi sebuah komoditas yang tidak memiliki nilai pasar (*non-market goods*). Metode ini mempunyai asumsi dasar bahwa setiap individu baik aktual maupun potensial bersedia mengunjungi sebuah daerah dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat tertentu meskipun tanpa harus membayar biaya masuk (*no entry fee*) (Suparmoko, 1997).

Walaupun berasumsi tidak dikenakan biaya masuk, namun terdapat banyak pengunjung yang berasal atau bertempat tinggal jauh dari objek wisata yang dikunjungi, dalam hal ini terdapat perbedaan “harga” yang harus dibayar antar pengunjung yang satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan manfaat yang sama, seperti biaya transportasi, konsumsi, hotel dan lain-lain. Kondisi ini dalam teori ekonomi dianggap sebagai representasi dari permintaan (*demand*) pengunjung (konsumen) terhadap manfaat tersebut (Tazkia, 2012).

Secara prinsip metode biaya perjalanan mengkaji biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Seorang konsumen akan mengorbankan biaya untuk mendatangi tempat tersebut untuk memperoleh kepuasan. Metode ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan pengunjung

untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai keuntungan (*benefit*) dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Tazkia, 2012). Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata besar, kegiatan kepariwisataan diharapkan mampu menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan dengan pemasukan devisa yang cukup memadai (Tazakka, 2018).

Provinsi Lampung memiliki potensi sumber daya alam yang sangat beraneka ragam, prospektif, dan dapat diandalkan mulai dari pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, pertambangan, pariwisata, sampai kehutanan. Provinsi Lampung memiliki posisi yang strategis karena wilayahnya terletak di ujung Pulau Sumatera bagian selatan, yang merupakan pintu gerbang menuju Pulau Sumatera dari Pulau Jawa (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung, 2017).

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Wisatawan ke Provinsi Tahun 2014-2018

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2014	4.327.188	95. 528	4.422.716
2015	5.530.803	114. 907	5.645.710
2016	7.381.774	155. 053	7.536.827
2017	11.395.827	245. 372	11.641.199
2018	13.933.207	274. 742	14.207.949

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, 2019

Tabel 1 Menunjukkan bahwa dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 jumlah wisatawan nusantara maupun mancanegara ke Provinsi Lampung selalu mengalami kenaikan. Hal ini dipengaruhi dengan banyaknya objek wisata yang tersebar di Provinsi Lampung.

Provinsi Lampung memiliki wilayah mencapai $35.376,50 \text{ km}^2$ dan memiliki banyak tempat wisata yang tidak kalah keindahannya dengan daerah lain di Indonesia. Banyak sekali tempat wisata yang ada di Lampung, Salah satunya terdapat di Kabupaten Lampung Timur. Kabupaten Lampung Timur juga

memiliki potensi wisata yang sangat banyak dan beragam, Kabupaten Lampung Timur adalah salah satu kabupaten di provinsi Lampung. Kabupaten Lampung Timur dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1999 dan diresmikan pada tanggal 27 April 1999 dengan pusat Pemerintahan di Kecamatan Sukadana, dengan luas wilayah 5.325,03 km² dan berpenduduk sebesar 1.044.320 jiwa (Statistik 2019).

Kabupaten Lampung Timur merupakan salah satu kabupaten yang masuk kedalam 3 wilayah Pengembangan pariwisata, Berdasarkan RIPPDA (Rencana Induk Pengembang Pariwisata Daerah) dalam arah pengembangan pariwisata Lampung 20 tahun (2012-2031), Lampung dibagi kedalam 3 WPP (Wilayah Pengembangan Pariwisata) utama yaitu, Wilayah 1, jalur Tengah meliputi Lampung Selatan, Kota Bandar Lampung, dan Tanggamus. Wilayah 2, jalur Timur meliputi Lampung Timur, Kota Metro dan Kabupaten Lampung Tengah, dan wilayah 3, jalur Barat meliputi Lampung Utara, Way Kanan, Tulang Bawang dan Lampung Barat (Pemerintah Provinsi Lampung, 2013).

Kabupaten Lampung Timur memiliki prospek untuk dikembangkan lebih lanjut serta merupakan daerah yang mempunyai daya tarik untuk investasi di berbagai sektor dengan dukungan oleh infrastruktur yang memadai dan akses yang tinggi, seperti jalan lintas timur Sumatera yang menghubungkan antara pulau Jawa dengan kota-kota di pulau Sumatera. (Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu Kabupaten Lampung Timur, 2017).

Kabupaten Lampung Timur terdiri dari 24 kecamatan yaitu Kecamatan Metro kibang, Batanghari, Sekampung, Marga Tiga, Sekampung Udik, Jabung, Pasir Sakti, Waway Karya, Marga Sekampung, Labuhan Maringgai, Mataram Baru, Bandar Sribhawono, Melinting, Gunung Pelindung, Way Jepara, Braja Selebah, Labuhan Ratu, Sukadana, Bumi Agung, Batanghari Nuban, Pekalongan, Raman Utara, Purbolinggo, Way Bungur dan terdiri 264 desa (Kabupaten Lampung Timur dalam Angka, 2017).

Di Kabupaten Lampung Timur terdapat banyak objek wisata yang menarik perhatian wisatawan, adapun objek wisata yang ada di Kabupaten Lampung Timur dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Objek Wisata di Kabupaten Lampung Timur

N	Nama Tempat Wisata	Lokasi Wisata
0		
1	Taman Nasional Way Kambas	Labuhan Ratu
2	Danau Way Jepara	Way Jepara
3	Pesanggrahan Curug	Mataram Baru
4	Pantai Kerang Mas	Labuhan Maringgai
5	Desa Tradisional Wana	Wana Melinting
6	BBIH	Pekalongan
7	Dam Beringin Indah	Negara Nabung
8	Taman Purbakala Pugung Raharjo	Sekampung Udik
9	Ekowisata Desa Margasari	Labuhan Maringgai
10	Desa Wisata Braja harjosari	Braja Selehah
11	Pantai Cemara	Labuhan Maringgai
12	Ekowisata Mangrove Purworejo	Pasir Sakti
13	Wisata Mangrove Sriminosari	Labuhan Maringgai
14	Wisata Goa Pandan	Marga Sekampung
15	Danau Kemuning	Bandar Sribhawono

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Timur

Tabel 2 diatas menunjukkan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lampung Timur. Melihat hal tersebut maka bukan tidak mungkin lagi Pemerintah Kabupaten Lampung Timur untuk membuat potensi pariwisatanya dikembangkan dengan mengelolanya menjadi lebih baik sehingga diminati oleh para wisatawan, tidak hanya wisatawan lokal tetapi juga wisatawan asing. Selain itu, jika dikembangkan dengan sangat baik maka akan menyumbangkan banyak bagi pendapatan asli daerah Kabupaten Lampung Timur (Fadly, 2020).

Dari beberapa destinasi pariwisata di atas peneliti mengambil satu tempat penelitian yaitu Pantai Kerang Mas. Pantai Kerang Mas berada di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. Pantai Kerang Mas memiliki luas dengan panjang 1 KM dan Lebar 500 M.

Pantai Kerang Mas berdiri pada 26 Agustus 2012, awalnya tercipta dari ide ide masyarakat dan pemerintah Desa yang memanfaatkan keindahan Pantai, ombak gulung Pantai dan Kerang Remis, Lokasinya disisi jalur lintas Timur Sumatera dengan jarak 1,5 Km ke Arah pantai dengan jalan hotmix, mempunyai potensi ekonomi kreatif sebagai daya tarik dan pemberdayaan masyarakat. Pada tahun 2013 Pantai Kerang Mas diresmikan dan diakui oleh pemerintah Kabupaten Lampung Timur menjadi salah satu objek Destinasi Wisata Lampung Timur. Pantai tersebut diresmikan langsung oleh Bupati Lampung Timur yang saat itu dipimpin oleh Erwin Arifin, mulai di kembangkan dan promosikan saat Bupati Chusnunia (Profil Pantai Kerang Mas, 2017).

Daya tarik dari Pantai Kerang Mas yaitu pemandangan indah dimana Pantai tersebut memiliki keindahan alam berupa Hamparan pasir putihnya yang sangat indah, deretan pohon-pohon kelapa yang ada di pinggir Pantai ,batu-batu karang yang memiliki bentuk beraneka ragam serta keindahan Pantainya yang langsung menghadap ke laut,dan daya tarik yang tidak kalah menarik yaitu pengunjung bisa menikmati sunset yang sangat indah dan mempesona. Sehingga menjadi daya tarik tersendiri dan utama bagi para pengunjung di Pantai Kerang Mas.

Beberapa potensi yang ada di Pantai Kerang Mas yaitu fasilitas yang ditawarkan terbilang lengkap, seperti adanya mushola buat pengunjung yang mau beribadah, kamar bilas dan wc atau toilet,terdapat banyak gazebo atau saung , kantin, penjual souvenir, bangunan serba guna dan juga motor ATV (motor roda 4). Dari beberapa fasilitas yang terbilang lengkap tersebut yang membuat objek wisata pantai Kerang Mas ini memiliki nilai lebih dan menarik di Kabupaten Lampung Timur. Selain itu wisatawan yang ingin menikmati pemandangan Pantai Kerang Emas dari tengah laut juga bisa dengan naik kapal yang sudah disediakan. Jarak Pantai Kerang Mas dari pelabuhan bakauheni sekitar 64 km atau sekitar 1 jam 18 menit, sedangkan jika dari

bandara raden intan, jarak yang dapat ditempuh sekitar 99 km atau sekitar 2 jam 26 menit.

Dengan adanya pariwisata maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapat pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata (Igunawati, 2010).

Seperti halnya Objek wisata Pantai Kerang Mas, dengan adanya wisata Pantai Kerang Mas memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar Pantai Kerang Mas, diantaranya yaitu: pemberdayaan untuk pengelolaan Pantai Kerang Mas, Masyarakat bisa berdagang di lingkungan Pantai Kerang Mas, dan juga Masyarakat dapat menyewakan jasa seperti Ban, perahu dan juga ATV (All Terrain Vehicle) atau yang biasa dikenal dengan motor roda 4.

Tabel 3. Perbandingan Jumlah Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2019

No	Objek wisata	Jumlah Pengunjung
1	Taman Nasional Way Kambas	79.185 orang
2	Pantai Kerang Mas	2.636.702 orang
3	Danau Kemuning	47.723 orang
4	Taman Purbakala Pugung Raharjo	44.979 orang
5	Ekowisata Mangrove Margasari	4.864 orang

Sumber: Pengelola objek wisata (Data diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 3. Menunjukkan bahwa Jumlah pengunjung pada objek wisata di Lampung Timur pada tahun 2019. Dapat dilihat bahwa diantara kelima objek wisata dalam tabel 3, objek wisata Pantai Kerang Mas merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Lampung Timur yang potensial karena diminati oleh para wisatawan, terlihat angka kunjungan terbesar adalah pada objek wisata Pantai Kerang Mas dengan total kunjungan pada tahun 2019 yaitu sebesar 2.636.702 orang pengunjung, objek wisata Taman Nasional Way Kambas sebesar 79.185 orang, objek wisata Danau Kemuning sebesar 47.723 orang, wisata Taman Purbakala Pugung Raharjo sebesar 44.979 orang dan Ekowisata Mangrove Margasari sebesar 4.864 orang kunjungan

Tabel 4. Jumlah Pengunjung Pantai Kerang Mas Bulan Januari – Desember 2019

Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)	Rata-rata jumlah pengunjung per hari (orang)
Januari	978.442	31.562
Februari	41.762	1.491
Maret	51.662	1.666
April	52.171	1.739
Mei	42.889	1.383
Juni	121.671	4.055
Juli	52.231	1.648
Agustus	52.665	1.698
September	476.882	15.896
Oktober	101.442	3.272
November	581.762	19.392
Desember	83.123	2.681

Sumber :Sekretaris Pengelola Pantai Kerang Mas, 2020

Tabel 4 diatas menunjukkan jumlah pengunjung Pantai Kerang Mas dari bulan Januari sampai dengan Desember Tahun 2019. Jumlah pengunjung Pantai Kerang Mas dari bulan Januari Sampai dengan Desember cukup mengalami fluktuasi. Namun angka pengunjung tetap tinggi setiap harinya, Terutama pada hari-hari libur. Dapat dilihat pada bulan Januari yaitu bertepatan pada libur tahun baru, jumlah pengunjung Pantai Kerang Mas sebesar 978.442 orang dan dengan rata – rata jumlah pengunjung sebesar 31.562 orang setiap harinya.

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, serta untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Igunawati, 2010).

Objek 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).

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 (Simamora Oktavia, 2016).

Terdapat beberapa penelitian yang sama dengan penelitian ini, seperti Penelitian yang telah dilakukan Diana Igunawati Tahun 2010, variabel biaya perjalanan, jarak, dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Tirta Waduk Cacaban, sedangkan variabel umur, waktu kerja perjalanan ke objek wisata lain tidak berpengaruh signifikan.

Atas penelitian yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini akan meneliti variabel yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas. Variabel-variabel yang akan diteliti yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, Maka peneliti mengambil judul “Analisis Permintaan Objek Wisata Pantai Kerang Mas di Kabupaten Lampung Timur Dengan Metode *Travel Cost*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas?
2. Apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara) berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas?
3. Apakah variabel pendapatan berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas?
4. Apakah variabel umur berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas?
5. Apakah variabel pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas?
6. Apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur dan Pengalaman berkunjung sebelumnya secara simultan berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
7. Berapakah besaran nilai manfaat ekonomi objek wisata Pantai Kerang Mas?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.

2. Untuk mengetahui apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara) berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
3. Untuk mengetahui apakah variabel pendapatan berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
4. Untuk mengetahui apakah variabel umur berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
5. Untuk mengetahui apakah variabel pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
6. Untuk mengetahui apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur dan Pengalaman berkunjung sebelumnya secara simultan berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
7. Untuk mengetahui berapakah besaran nilai manfaat ekonomi objek wisata Pantai Kerang Mas.

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi masyarakat mengenai objek wisata Pantai Kerang Mas.
2. Sebagai bahan rujukan atau referensi dan pedoman bagi penelitian selanjutnya yang serupa.
3. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah daerah setempat maupun pihak-pihak yang terkait dalam melakukan kebijakan pengembangan pariwisata terutama dalam pengembangan Pantai Kerang Mas dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Permintaan

a. Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang atau jasa yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Permintaan turunan (*derived demand*) adalah permintaan akan faktor produksi yang tergantung pada permintaan akan barang atau jasa yang dihasilkan oleh faktor atau sumber daya tersebut (Gilarso 2003).

Menurut Tazkia (2012), fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan akan sesuatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dengan fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_y, M, S)$$

Keterangan :

D_x = Permintaan barang

P_x = Harga barang itu sendiri

P_y = Harga barang lain yang mempengaruhi

M = Pendapatan

S = Selera

Hukum Permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain diasumsikan tetap (Samuelson,1998). Sehingga semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (McEachern, 2000).

b. Jenis-Jenis Barang Dalam Teori Ekonomi

1. Barang Normal adalah Semua barang yang permintaannya akan bertambah ketika pendapatan masyarakat bertambah. Yang juga berarti bahwa barang tersebut memiliki elastisitas permintaan positif. Istilah normal tidak merujuk pada kualitas barang tersebut.
2. Barang Giffen adalah : Barang yang apabila harganya turun justru permintaannya ikut turun dan naiknya harga barang giffen justru menaikkan jumlah barang yang diminta.
3. Barang Spekulasi adalah : Barang-barang yang diharapkan dimasa mendatang akan mengalami kenaikan harga.
4. Barang Inferior adalah : Barang yang permintaannya justru berkurang bila pendapatan seseorang bertambah tinggi. Dimana para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang lain yang lebih baik mutunya. Barang inferior juga diartikan sebagai barang dengan kualitas rendah atau barang pengganti yang lebih terjangkau untuk barang yang lebih mahal.
5. Barang Substitusi atau yang dapat disebut barang pengganti adalah barang pemuas kebutuhan yang dapat menggantikan barang lain dengan fungsi dan kegunaannya yang sama seperti pulpen dan pensil.
6. Barang Komplementer atau yang sering disebut dengan barang pelengkap adalah barang yang kegunaannya dapat saling melengkapi satu sama lain.
7. Barang Prestise adalah: barang-barang yang dapat memberikan rasa bangga dan mampu meningkatkan harga diri bagi pemiliknya karena

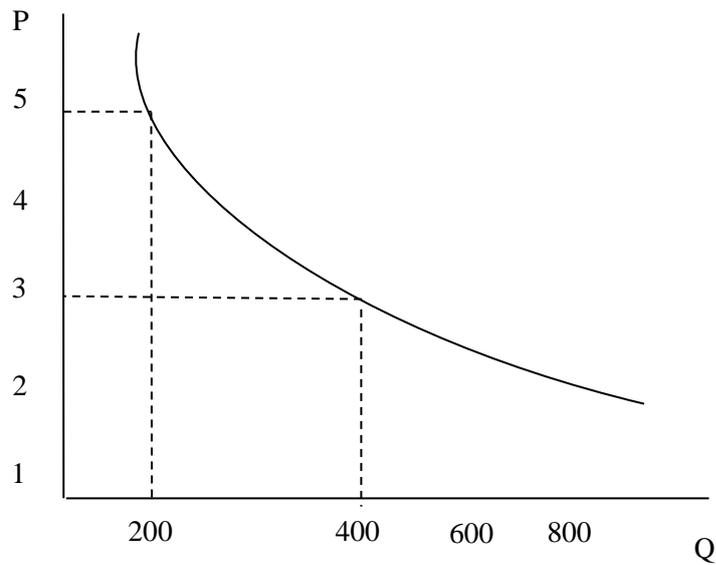
barang tersebut bernilai tinggi dimata masyarakat. Dimana semakin mahal harganya semakin meningkat permintaannya.

c. Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah suatu grafik yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang atau jasa dan jumlah atas barang atau jasa yang diminta (*ceteris paribus*). Bentuk umum kurva permintaan turun dari kiri-atas ke kanan bawah. Namun pergeseran kurva permintaan tersebut tidak berlaku untuk tiga macam barang yaitu barang giffen, barang spekulasi dan barang prestise. Kurva permintaan dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu kurva permintaan individu dan kurva permintaan pasar (agregat). Kurva permintaan individu merupakan kedudukan titik-titik yang menghubungkan berbagai harga suatu komoditas dan kuantitas komoditas yang dibeli oleh setiap individu. Kurva permintaan pasar (agregat) merupakan penjumlahan permintaan-permintaan individu atas suatu barang dan jasa dalam berbagai tingkat harga.

Permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya disebut fungsi permintaan. Fungsi permintaan menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas. Seperti ilustrasi pada gambar 1, kurva permintaan terbentuk dari kombinasi harga (P) dan jumlah barang yang diminta (Q). Harga pada mulanya sebesar 3 dengan jumlah barang yang diminta sebesar 400. Kemudian terjadi kenaikan harga dari 3 ke 5 diikuti oleh penurunan jumlah barang yang diminta dari 400 ke 100. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik (Sadono Sukirno, 1994).

Berikut ini dapat dilihat bahwa gambar kurva permintaan sebagai berikut :

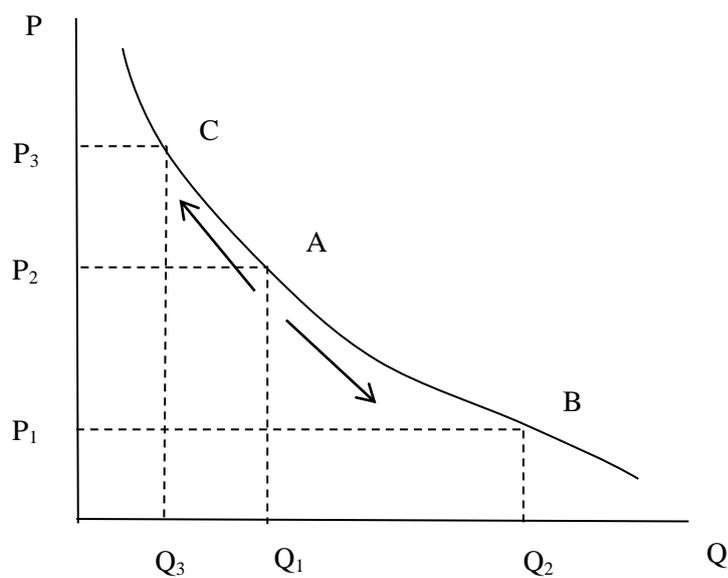


Gambar 1. Kurva Permintaan

d. Pergeseran Fungsi Permintaan

1. Pergeseran sepanjang kurva permintaan

Pergeseran kurva permintaan disebabkan adanya perubahan permintaan barang akibat perubahan harga. Pada saat harga naik (dari P_1 menjadi P_3) barang yang diminta berkurang dari Q_1 menjadi Q_3 , maka menggeser titik A ke C demikian juga sebaliknya. Ilustrasi dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut



Gambar 2. Pergeseran Sepanjang Kurva Permintaan

e. Faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut (McEachern, 2000) adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan

Kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan terhadap permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

2. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.

3. Harga Barang-barang Berkaitan

Substitusi dan komplementer dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika barang x dan y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang y turun maka harga x tetap, konsumen akan membeli barang x lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang x dan y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan harga barang y akan menurunkan permintaan barang x

4. Perubahan Dugaan Tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10% pertahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).

5. Penduduk

Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang.

2. Pariwisata

3. Pengertian Pariwisata

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

Menurut Prof. Salah Wahab (1995) pariwisata adalah suatu perjalanan wisata yang tidak dikaitkan dengan keperluan atau maksud lain selain mengisi waktu luang dalam mengisi masa liburan. Pengertian yang dikemukakan tersebut merupakan pengertian pariwisata murni sedangkan dalam pengertian modern, pariwisata adalah suatu perjalanan termasuk perjalanan pariwisata. Pendapat ini muncul dari pemikiran bahwa sebagian orang mengaitkan perjalanan dinas dengan perjalanan pariwisata, dengan asumsi bahwa setelah urusan dinas selesai maka sebagian waktunya digunakan untuk menyaksikan objek dan atraksi wisata di tempat yang dikunjungi sehingga muncul istilah *business tourist*.

Masih menurut Prof. Salah Wahab (1995), pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di negara penerima wisatawan.

4. Jenis-jenis Pariwisata

Ada berbagai macam jenis pariwisata menurut Spillane (1989) dalam Irma Alfia Salma dan Indah Susilowati (2004), diantaranya adalah :

1. 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.

2. 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.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural Tourism*)

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.

4. 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.

5. 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 objek wisata dan jenis pariwisata lain.

6. 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.

5. Sifat Pariwisata

1. Perpaduan sifat fana (intangible) dengan sifat berwujud (tangible).

Pada intinya, apa yang ditawarkan di industri pariwisata adalah sesuatu yang tidak berbentuk dan tidak dapat dibawa untuk ditunjukkan kepada orang lain. Namun sarana dan prasarana yang digunakan memberikan kenyamanan yang ditawarkan dapat dikatakan sebagai sesuatu yang berwujud. Setiap konsumen yang hendak membeli akan perlu bantuan pihak ketiga.. Alternatif lain adalah dengan bergantung pada pengalaman orang lain dan reputasi atau citra dari penyedia jasa.

2. Sifat tak terpisahkan (inseperable).

Sifat yang tak terpisahkan bermakna bahwa segala yang ditawarkan di industri pariwisata harus dikonsumsi dilokasi dimana produk di produksi dan dihasilkan.

6. Keatsirian (volatility)

Pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa dipengaruhi banyak faktor seperti pribadi, social budaya, pengetahuan dan pengalaman. Akibat dari banyaknya hal yang mempengaruhi, pelayanan terhadap wisatawan mudah menguap atau berubah sehingga penyedia jasa harus secara rutin dan aktif berinovasi memperbaharui tawaran jasa wisata kepada wisatawan.

7. Sifat rapuh (Perishable)

Jasa adalah sesuatu yang fana tetapi dapat memberikan pengalaman menyenangkan dan perasaan puas Pelayanan hari esok tentunya berbeda dan akan lebih baik dari hari kemarin sehingga harus diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Sifat rapuh merujuk pada jasa yang ditawarkan dalam pariwisata yang tidak dapat disimpan untuk dikonsumsi dikemudian hari.

8. Musiman (Seasonality)

Merupakan sifat yang paling unik. Ada kalanya pariwisata mengalami musim ramai dimana jumlah orang melakukan perjalanan mencapai titik puncaknya, namun ada kalanya pula tidak seorangpun melakukan perjalanan wisata. Kondisi ini menyebabkan pengusaha pariwisata

harus terus melalui inovasi dan memunculkan ide kreatif agar pendapatan usaha tetap.

3. Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja (Mathieson dan Wall dalam Indra Mulyana, 2009).

Menurut Cooper (dalam Indra Mulyana, 2009) terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain:

- 1) Permintaan aktual atau efektif
- 2) *Suppressed demand* (permintaan yang ditunda)
- 3) Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, maka permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau diidentifikasi secara jelas. Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisis, karena belum terealisasi transaksinya.

Menurut Vhone, (2005) dalam Susilowati (2009) Permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga barang atau jasa lingkungan tersebut, selera konsumen, harga barang lain yang memiliki daya guna yang sama dan pendapatan. 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 juga 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).

Menurut Sinclair dan Stabler (1995) Permintaan Pariwisata didasarkan pada anggaran dasar belanja yang dimiliki seseorang, hal ini menjadi kunci dalam permintaan pariwisata. Seseorang akan mempertimbangkan anggarannya tersebut apakah akan digunakan untuk kegiatan wisata atau untuk memenuhi kebutuhan konsumsi lain. Dalam beberapa kondisi kombinasi antara kegiatan wisata dan pemenuhan konsumsi lain tergantung pada preferensi masing-masing orang.

4. Wisatawan

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Menurut United Nation Conference an International Travel and Tourism (dalam Hardinoto, 1996), mendefinisikan bahwa setiap orang yang mengunjungi suatu negara bukan dimana ia bermukim bagi setiap keperluan yang bukan untuk mendapatkan penghasilan disebut visitor (pengunjung). Visitor terdiri dari dua kelompok *traveller* (orang yang melakukan perjalanan), yaitu:

1. *Tourist* (wisatawan)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara lebih dari 24 jam. Motivasi kunjungannya dapat digolongkan untuk:

- Liburan (rekreasi, kesehatan, studi, agama atau olahraga).
- Bisnis

- Keluarga

2. *Excursionist* (pelancong)

Pengunjung sementara yang kurang dari 24 jam di daerah tujuan kunjungannya dan tidak menginap, termasuk penumpang kapal pesiar.

a. Faktor pendorong (motivasi) wisata

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar tentang studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “*trigger*” dari proses perjalanan wisata. Menurut Ryan (dalam Pitana, 2005) terdapat beberapa faktor pendorong seseorang dalam melakukan perjalanan wisata, faktor tersebut adalah:

- a. *Escape*, ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasa menjenuhkan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
- b. *Relaxation*, keinginan untuk mendapatkan penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* di atas.
- c. *Play*, ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri dari berbagai urusan yang serius.
- d. *Strengthening family bonds*, ingin memepererat hubungan kekerabatan
- e. *Social interaction*, untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat dan masyarakat lokal yang dikunjungi.
- f. *Education opportunity*, atau keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain ataudaerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain.
- g. *Romance*, keinginan untuk bertemu seseorang yang bisa memberikan suasana romantic.
- h. *Wish Fulfillment*, keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicita-citakan sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan.
- i. *Leisure time*, menggunakan waktu senggang yang dimiliki.
- j. *recreation* (keinginan rekreasi atau istirahat).

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

TCM (*Travel Cost Method*) merupakan metode yang tertua dalam pengukuran ekonomi tidak langsung, TCM diturunkan dari pemikiran seorang peneliti bernama Harold Hotelling (1931) yang menyebutkan kebiasaan yang diamati dapat digunakan untuk membuat kurva permintaan dan menentukan nilai dari sumberdaya alam dan lingkungan. Juga dapat digunakan untuk menghitung surplus konsumen dari sumber daya alam dan lingkungan yang tidak mempunyai nilai pasar melalui pertanyaan yang difokuskan pada peningkatan biaya perjalanan sebagai pasar pengganti. Metode ini dibahas oleh Clawson (1959) Clawson dan Knetsch (1996).

Travel Cost Method (Metode biaya perjalanan) sebagai suatu metode yang digunakan untuk menilai suatu sumberdaya yang tidak memiliki nilai pasar (*non market resources*) dapat memodelkan permintaan terhadap jasa lingkungan yang berupa kegiatan rekreasi (Haab dan McConnell, 2002).

Penggunaan *travel cost method* memiliki tujuan untuk mengetahui nilai kegunaan (*use value*) dari sumber daya alam atau lingkungan melalui pendekatan *proxy*. Dengan kata lain, biaya yang dikeluarkan oleh individu untuk mengkonsumsi barang atau jasa dari sumber daya alam digunakan sebagai *proxy* untuk menentukan harga dari sumber daya tersebut (Fauzi, 2010).

Secara umum terdapat dua teknik sederhana yang digunakan untuk menentukan nilai ekonomi berdasarkan *travel cost method* (TCM) yaitu:

- a. Pendekatan sederhana melalui zonasi (ZTCM)
- b. Pendekatan *Individual Travel Cost Method* (ITCM) menggunakan data hasil survei yang lebih detail.

Pendekatan *Zone Travel Cost Method* (ZTCM) bertujuan untuk mengukur nilai dari barang atau jasa rekreasi dari tempat sebuah objek wisata secara keseluruhan. ZTCM diaplikasikan dengan cara mengumpulkan informasi dari jumlah kunjungan ke tempat objek wisata dari berbagai daerah atau zona Informasi yang diperoleh dari sampel para pengunjung kemudian

dianalisis dan data yang dihasilkan dapat digunakan untuk meregresi frekuensi kunjungan yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan berbagai variabel sosial ekonomi.

$$Q_i = f(TC, X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Keterangan:

Q_i = tingkat kunjungan (banyaknya pengunjung dari zona i tiap 1000 penduduk pada zona i)

TC = biaya perjalanan

X_n = variabel sosial ekonomi

Regresi tersebut menguji hipotesis bahwasanya biaya perjalanan kenyataannya berpengaruh terhadap tingkat kunjungan. Adanya variabel lain membantu menghilangkan dampak komponen tingkat kunjungan yang tidak memiliki hubungan dengan biaya perjalanan.

ITCM (*Individual Travel Cost Method*) secara prinsip sama dengan pendekatan zonasi, namun dalam pendekatan ini analisis lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistika yang lebih kompleks. Dengan menggunakan data survei, peneliti dapat memulainya dengan cara yang sama seperti metode ZTCM, dengan memperkirakan hubungan antara jumlah kunjungan dengan biaya perjalanan dan variabel relevan lainnya menggunakan analisis regresi. Persamaan regresi memberikan fungsi permintaan untuk rata-rata pengunjung yang datang, dan area dibawah kurva permintaan tersebut merupakan rata-rata surplus konsumen.

Menurut Haab dan McConnel (2002) dalam Fauzi (2010) agar penilaian sumber daya alam tidak bias ada beberapa asumsi dasar dalam membangun fungsi permintaan dalam TCM. Adapun asumsi yang membangun fungsi permintaan tersebut yaitu:

a. Biaya perjalanan dan waktu digunakan sebagai *proxy* atas harga dari rekreasi.

b. Waktu perjalanan bersifat netral, artinya tidak menghasilkan utilitas dan disutilitas.

c. Perjalanan merupakan perjalanan tunggal

Bentuk persamaan ITCM adalah sebagai berikut:

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

V_{ij} = Jumlah Kunjungan Wisatawan i pertahun ke objek wisata j

C_{ij} = Biaya perjalanan wisatawan i ke objek wisata j

X_i = Faktor – faktor lain yang mempengaruhi kunjungan wisatawan i

Kelebihan dari ITCM dibandingkan dengan ZTCM antara lain:

- a. Lebih menghemat waktu dari segi statistik (proses penghitungan).
- b. Konsistensi teori dalam perumusan model permintaan dan perilaku individu.
- c. Menghindari keterbatasan zona atau lokasi.
- d. Menambah keanekaragaman karakteristik populasi pengunjung di antara suatu zona, serta menghapuskan efek pengunjung dengan tingkat kunjungan nol (*non-participant*).

6. Nilai Manfaat Ekonomi

Nilai merupakan harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu pada suatu tempat dan waktu tertentu. Nilai ekonomi diidentifikasi sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Secara formal, konsep ini disebut keinginan membayar (*willingness to pay*) seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungannya (Fauzi,2004).

Nilai manfaat ekonomi dari objek wisata Pantai Kerang Mas merupakan jumlah keseluruhan dari nilai sumber daya alam yang berada dalam kawasan objek wisata tersebut, baik barang/jasa yang dimanfaatkan secara

langsung maupun tidak langsung, untuk mendapatkan nilai ekonomi total dari objek wisata Pantai Kerang Mas meliputi banyak aspek yang harus dihitung, yaitu nilai penggunaan maupun nilai tanpa penggunaan. Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis terhadap nilai ekonomi yang dihasilkan dari penggunaan tidak langsung (*indirect use value*), yaitu kegiatan rekreasi.

7. Hubungan Antar Variabel Penelitian

- a. Hubungan variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas dengan jumlah permintaan objek wisata

Biaya perjalanan adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh seseorang maupun kelompok yang sedang melakukan perjalanan. Besarnya biaya yang dikeluarkan para wisatawan menuju objek wisata akan mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung. Dimana semakin besar biaya perjalanan maka akan menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung, sehingga akan berpengaruh terhadap permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.

- b. Hubungan Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dengan jumlah permintaan objek wisata

Di Dalam teori permintaan, salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang lain, yang dimana dibedakan menjadi barang substitusi dan barang komplementer. Dalam pariwisata, barang substitusi dan barang komplementer berupa objek wisata lain yang dapat menggantikan atau melengkapi objek wisata yang ada. Munculnya barang lain ini dapat terjadi karena adanya fasilitas yang ditawarkan atau bedanya biaya perjalanan yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk berkunjung.

- c. Hubungan variabel pendapatan dengan jumlah permintaan objek wisata
Pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan. Dimana perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk (Sadono Sukirno 1994). Semakin

besar pendapatan yang bebas digunakan akan semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan sehingga meningkatkan permintaan (Oka A. Yoeti 2008).

- d. Hubungan variabel umur dengan jumlah permintaan objek wisata
umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi termasuk keputusan untuk mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata.

- e. Hubungan variabel pengalaman berkunjung sebelumnya dengan jumlah permintaan objek wisata
Pengalaman berkunjung sebelumnya ke tempat wisata juga mempengaruhi permintaan akan kunjungan. Apabila seseorang sudah pernah mengunjungi tempat wisata dan tempat wisata tersebut menawarkan hal-hal baru, menarik dan tidak membosankan serta memberikan kepuasan bagi para pengunjung, maka seseorang pasti akan berkunjung kembali. Oleh karena itu, apabila seseorang sudah pernah melakukan kunjungan ke objek wisata dan merasa tertarik maka orang tersebut akan kembali lagi ke objek wisata tersebut (Salma dan Susilowati, 2004)

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 5 Ringkasan penelitian terdahulu

No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel	Metode/Alat Analisis	Hasil
1	Analisis Permintaan objek wisata Tirta Waduk Cacaban Kabupaten Tegal (Diana Igunawati,2010)	Variabel terikat: Jumlah permintaan pengunjung objek wisata tirta waduk cacaban Kab. Tegal Variabel bebas:Biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), umur, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya	metode biaya perjalanan dengan pendekatan individu (Individual <i>Travel Cost Method</i>) Alat analisis: analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian tersebut menunjukkan tiga variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Tirta Waduk Cacaban yaitu biaya perjalanan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Nilai surplus ekonomi sebesar Rp 154.271,25 per tahun atau Rp 77.135,63 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar Rp 2.859.263.348 per tahun.
2	Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i> (Irma Afia Salma, Indah Susilowati, 2004)	Variabel terikat : Jumlah kunjungan Individu Variabel bebas: Travel cost, biaya ke objek wisata lain, umur, pendidikan, penghasilan, dan jarak	Metodenya yaitu <i>Travel Cost Method</i> Alat analisis: analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan Nilai ekonomi Alam Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp 896.734,9 per individu per tahun atau Rp.224.198,7 per individu per satu kali kunjungan,sehingga total nilai ekonomi wisata alam Curug Sewu sebesar 12.377.025.750,00 dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa yaitu <i>travel cost</i> ke Curug Sewu dan jarak signifikan sedangkan independen yang lain tidak signifikan

No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel	Metode/Alat Analisis	Hasil
3	Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau Di Kabupaten Kampar Dengan Metode Biaya Perjalanan (Fredy Herminto, 2015)	Variabel terikat: jumlah kunjungan individu Variabel bebas:Permintaan, nilai ekonomi, biaya perjalanan	Metodenya yaitu <i>Travel Cost Method</i> Alat analisis: Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan empat faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Sungai Hijau yaitu biaya perjalanan, pendapatan, umur, dan jarak. Berdasarkan pengujian secara simultan dapat diketahui bahwa biaya perjalanan, pendapatan, umur, dan jarak berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Sungai Hijau. Akan tetapi setelah dilakukan pengujian secara parsial, dari empat variabel yang diamati hanya variabel jarak yang signifikan
4	Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara pada objek wisata pantai Klayar Kabupaten Pacitan (Duyu Furrogmah dan Andryan Setyadharma, 2018)	Variabel terikat: Permintaan objek wisata pantai Klayar Variabel bebas: biaya perjalanan, pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam	Metodenya yaitu <i>Travel Cost Method</i> Alat analisis: analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan biaya perjalanan ke objek wisata pantai Klayar berpengaruh negatif signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata pantai Klayar. Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata pantai Klayar. Lama perjalanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata pantai Klayar. Variabel Jarak dan karakteristik masyarakat berpengaruh positif namun tidak signifikan.

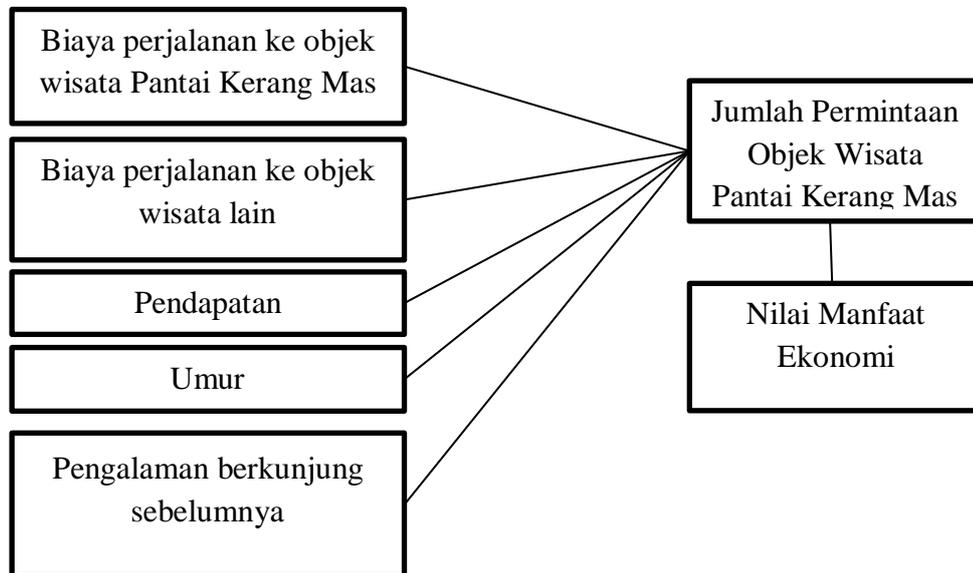
No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel	Metode/Alat Analisis	Hasil
5	Analisis Permintaan Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan pendekatan <i>Travel Cost Method</i> (Mareta Aulia, 2018)	Variabel terikat: jumlah kunjungan ke objek wisata Tebing Breksi Variabel bebas: Pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, jarak dan keindahan objek wisata	Metodenya yaitu <i>Travel Cost Method</i> Alat analisis: Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen persamaan regresi, tiga diantaranya berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan rekreasi di objek wisata Tebing Breksi yaitu pendapatan wisatawan, jarak dan keindahan objek wisata

C. Kerangka Pemikiran

Pembangunan di Indonesia saat ini mulai berorientasi terhadap permintaan di sektor pariwisata. Berhubungan dengan teori permintaan, dimana tinggi atau rendahnya harga dapat mempengaruhi seseorang untuk memutuskan apakah orang tersebut dapat mengkonsumsi barang atau jasa. Pada umumnya semakin besar pendapatan seseorang semakin besar permintaan terhadap barang rekreasi dan jasa lingkungan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan jasa lingkungan sebagai tempat berwisata seperti Pantai Kerang Mas dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain yaitu biaya perjalanan ke objek wisata pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, umur dan Pengalaman berkunjung sebelumnya.

Pada penelitian ini selain ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas juga untuk mencari nilai manfaat ekonomi dengan menghitung valuasi ekonomi menggunakan formulasi, menghitung jumlah kunjungan dikurangi dengan biaya perjalanan individu, serta menghitung batas atas dan batas bawah yang nantinya akan menjadi hasil surplus konsumen, selanjutnya menghitung nilai ekonomi keseluruhan dengan menghitung nilai surplus konsumen dikalikan dengan jumlah pengunjung objek wisata di tahun penelitian (Asriyanidewi, 2016).

Berdasarkan rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian, maka peneliti menggabungkan beberapa variabel dengan perspektif permintaan kunjungan objek Wisata Pantai Kerang Mas yang digambarkan dalam gambar berikut ini:



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta. Oleh karena itu, setiap penelitian yang dilakukan memiliki suatu hipotesis atau jawaban sementara. Dari hipotesis tersebut akan dilakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut benar adanya atau tidak benar. Dari kerangka pemikiran di atas maka dapat dituliskan sebuah hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat negatif antara variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
2. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara) terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.

3. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara variabel pendapatan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
4. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat negatif antara variabel umur terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
5. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara variabel pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.
6. Diduga secara simultan terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara variabel biaya perjalanan ke objek wisata pantai Kerang Mas , biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wisata Pantai Kerang Mas, wisata yang terletak di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung. Pengambilan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa lokasi ini cukup banyak dikunjungi oleh wisatawan dan menjadi salah satu objek wisata yang memiliki potensi ekonomi di Kabupaten Lampung Timur.

B. Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 macam yaitu :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden yang dijadikan sampel dengan menggunakan pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yaitu melalui wawancara, observasi dan membagikan kuesioner secara langsung kepada pengunjung di Pantai Kerang Mas. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diambil pada bulan Maret tahun 2021. Pada penelitian ini data primer meliputi:

karakteristik pengunjung seperti umur, jenis kelamin, pekerjaan, biaya perjalanan ke Pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, jumlah kunjungan, tujuan kunjungan, informasi tempat wisata, kelompok kunjungan, transportasi, fasilitas dan keindahan Pantai Kerang Mas.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang dapat dipakai untuk melengkapi analisis dalam penelitian yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua. Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengelola objek wisata Pantai Kerang Mas, internet dan literatur (buku dan jurnal), atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum yang mendukung penelitian ini.

C. Metode Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Pemilihan penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/accidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel, ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e =Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan

Jumlah populasi ditentukan berdasarkan data jumlah rata-rata kunjungan per hari terbanyak pada periode bulan Januari 2019 terhadap objek wisata tersebut adalah sebesar 31.652 orang.

Maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{31.652}{1 + 31.652(0,1)^2}$$

$$n = \frac{31.652}{1 + 316,52}$$

$$n = \frac{31.652}{317,52}$$

$n = 99,68$ dibulatkan menjadi 100

Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang pengunjung. Pengunjung yang datang berkelompok atau rombongan dipilih beberapa orang sebagai wakil kelompoknya .

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada prinsipnya berfungsi untuk mengungkapkan variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan meneliti biaya perjalanan ke pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, umur, Pengalaman berkunjung sebelumnya, dan kesediaan pengunjung untuk membayar di Objek Wisata Pantai Kerang Mas.

b. Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan data sebagai bukti penulis telah melakukan penelitian di Objek Wisata Pantai Kerang Mas. Dokumentasi tersebut berupa foto Objek Wisata Pantai Kerang Mas dan foto wawancara penulis dengan responden Objek Wisata Pantai Kerang Mas.

c. Wawancara

Wawancara secara umum melalui proses dalam memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab pernyataan yang telah disiapkan dalam kuesioner antara penulis dengan responden.

d. Studi Pustaka

Mencari dan mengumpulkan data yang sudah ada, baik yang ada di buku, internet, brosur, maupun arsip dari Objek Wisata Pantai Kerang Mas, Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung.

E. Spesifikasi Model Analisis Penelitian

Spesifikasi Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Dalam bentuk umum yaitu :

$Y = f (X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$, karena variabel X dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel maka secara spesifik dapat ditulis dalam bentuk :

$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$, Sehingga jika dimasukkan kedalam bentuk persamaan yaitu :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$$

Keterangan :

Y = Jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas

X₁ = Biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas

X₂ = Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara)

X₃ = Pendapatan

X₄ = Umur

X₅ = Pengalaman berkunjung sebelumnya

β_0 = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5}$ = Koefisien regresi

e_i = Residual (*error term*)

F. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel terikat (*dependent variable*) Jumlah Permintaan ke objek wisata Pantai Kerang Mas, sedangkan variabel bebas (*independent variable*) adalah beberapa variabel yang dianggap akan berpengaruh terhadap Jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Kerang Mas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas (X1), biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara) (X2), pendapatan (X3), umur (X4), dan pengalaman berkunjung sebelumnya (X5). Dalam penelitian ini enam variabel tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas. (Y) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 6)

Jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas diukur melalui banyaknya jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu atau setiap orang selama satu tahun terakhir ke objek wisata Pantai Kerang Mas. Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan menggunakan satuan banyaknya jumlah kunjungan (berapa kali berkunjung dalam satu tahun).

2. Biaya Perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas (X1) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 11)

Biaya perjalanan yang dimaksud yaitu jumlah uang/biaya yang dikeluarkan oleh setiap pengunjung untuk melakukan kunjungan ke Pantai Kerang Mas setiap satu kali kunjungan. Biaya perjalanan ini yaitu biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi dan biaya-biaya lain yang relevan dan berkaitan dengan rekreasi untuk satu hari kunjungan ke objek wisata Pantai Kerang Mas. Hal ini sesuai dengan penelitian (Sobari, 2006). Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan satuan rupiah (Rp). Biaya perjalanan yang dimaksud tersebut yaitu :

- i. Biaya transportasi adalah biaya setiap pengunjung terhadap transportasi yang digunakan pengunjung untuk menuju objek wisata Pantai Kerang Mas.
- ii. Biaya tiket masuk adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk masuk kedalam wisata objek wisata Pantai Kerang Mas.
- iii. Biaya Konsumsi adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk konsumsi yang dibelanjakan didalam maupun diluar objek wisata Pantai Kerang Mas.
- iv. Biaya parkir adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk memarkirkan kendaraan di objek wisata Pantai Kerang Mas.
- v. Biaya Dokumentasi adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk mendokumentasikan atau memperoleh informasi secara fakta selama kunjungan ke objek wisata Pantai Kerang Mas.

Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan individual (*Individual Travel Cost Method*) yaitu untuk menghitung atau mengestimasi nilai ekonomi objek wisata Pantai Kerang Mas.

Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut :

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

Dimana V_{ij} = Jumlah Kunjungan Wisatawan i pertahun ke objek wisata j , C_{ij} = Biaya perjalanan wisatawan i ke objek wisata j , X_i = Faktor – faktor lain yang mempengaruhi kunjungan wisatawan i

Seseorang yang melakukan kegiatan wisata atau rekreasi pasti melakukan mobilitas atau perjalanan dari rumah menuju objek wisata dan memerlukan biaya untuk untuk mencapai tujuan rekreasi. Sehingga biaya perjalanan dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang.

Secara umum metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$BP = BPr + BKr + BDk + BLn$$

Dimana BP = total biaya perjalanan (Rp), BTr = biaya transportasi selama rekreasi (Rp), BKr = biaya konsumsi di tempat rekreasi (Rp), BDk = biaya dokumentasi (Rp), BLn = biaya lain – lain (Sobari, 2006).

3. Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 13)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju objek wisata lain dalam hal ini diwakili oleh Pantai Cemara. Hal ini disebabkan karena Pantai Cemara merupakan objek wisata yang bergerak di bidang bahari, sama dengan Pantai Kerang Mas. Selain itu kedua objek wisata ini merupakan objek wisata yang terdapat di kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur. Sehingga Pantai Cemara merupakan wisata alternatif yang pas untuk Pantai Kerang Mas. Biaya perjalanan ini yaitu biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi dan biaya-biaya lain yang relevan dan berkaitan dengan rekreasi untuk satu hari kunjungan ke objek wisata Pantai Cemara. Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan satuan rupiah (Rp).

4. Pendapatan (X3) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 4)

Pendapatan yang dimaksud yaitu penghasilan rata-rata per bulan setiap pengunjung objek wisata Pantai Kerang Mas. Penghasilan yang dimaksud tidak hanya bersumber dari pekerjaan utama, namun total penghasilan keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, penghasilan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan satuan rupiah (RP).

5. Umur (X4) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 2)

Umur yang dimaksud yaitu umur pengunjung objek wisata Pantai Kerang Mas. Variabel ini diukur menggunakan data kontinyu dengan satuan tahun (Th).

6. Pengalaman berkunjung sebelumnya (X5) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 5)

Pengalaman pengunjung yang dimaksud yaitu pengalaman kunjungan pengunjung objek wisata Pantai Kerang Mas apakah sebelumnya pernah atau belum berkunjung ke Pantai Kerang Mas. Variabel ini diukur dengan menggunakan variabel dummy (1= jika pernah berkunjung sebelumnya, 0= jika tidak pernah berkunjung sebelumnya).

G. Alat Analisis

1. Skala Ordinal

Persepsi pengunjung dinilai dengan menggunakan skala likert. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan tanggapan responden. Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu hal yang yang ditetapkan secara spesifik oleh peneliti (Sugiyono,2000). Pengukuran jawabannya adalah sebagai berikut:

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

2. Transformasi skala ordinal menjadi skala interval

Menurut tingkatannya, data secara berurutan dari skala terendah ke tertinggi adalah data nominal, ordinal, interval dan rasio. Transformasi

dilakukan dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI) yaitu suatu metode yang digunakan untuk menaikkan atau mengubah tingkat pengukuran dari data ordinal menjadi interval (Rasyid, 1994).

H. Metode Analisis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

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

n = Jumlah Responden

X = Skor masing-masing pernyataan dari tiap responden

Y = Skor total semua pernyataan dari tiap responden

Dengan kriteria pengujian apabila r hitung > r tabel dengan $\alpha = 0,05$ maka, alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila r hitung < r tabel maka alat ukur tersebut adalah tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Pengukuran reliabilitas tersebut dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

R_{xy} = Kereliabelan instrument

- K = Jumlah pertanyaan
- σ_t^2 = Jumlah varian total
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian pertanyaan

Nilai reliabilitas variabel ditunjukkan oleh koefisien Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila koefisien Cronbach Alpha > 0,60 atau Jika $r_{xy} > r$ tabel , maka daftar pernyataan dinyatakan reliabel.

2.Uji asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi tersebut baik atau tidak jika digunakan untuk melakukan penaksiran. Untuk mendapatkan estimator yang terbaik, penelitian ini menggunakan regresi linier dengan estimasi OLS (*Ordinary Least Square*). Dalam menghasilkan estimator OLS yang memiliki sifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) yaitu memenuhi asumsi klasik atau terhindar dari masalah-masalah normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas (Gujarati, 2003). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas uji Multikolinearitas, uji Normalitas, Uji Autokorelasi dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, model regresi yang memiliki distribusi data residual yang normal atau mendekati normal dikatakan model regresi yang baik (Ghozali, 2006). Ada beberapa metode untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi residual, antara lain, *Jarque-Bera (J-B) test* dan metode grafik. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan program eviews , normalitas sebuah data dapat diketahui dengan membandingkan nilai *Jarque-Bera (J-B) test* dan nilai *Chi-Square* tabel. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Jarque-Bera (J-B) test* dan metode grafik. Jika probabilitas J-B test $> \alpha = 10\%$ (0,1) maka H_0 diterima yang

berarti bahwa data terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika probabilitas J-B test $< \alpha = 10\%$ (0,1) maka H_0 ditolak yang berarti bahwa data tidak terdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinieritas

pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Dalam penelitian ini Pengujian terhadap gejala multikolinieritas dilakukan dengan pengujian VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan menggunakan program eviews. Apabila nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dan apabila nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.(Ghozali, 2006)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variasi residual konstan atau tidak. Dengan kata lain variasi residual yang tidak konstan akan menimbulkan masalah heteroskedastisitas. Suatu asumsi kritis dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan mempunyai varians yang sama. Jika asumsi ini tidak dipenuhi, kita mempunyai heteroskedastisitas (Gujarati, 2009). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan pengujian Uji White. Dengan cara melihat probabilitas *Chi-Square*. Apabila probabilitas *Chi-Square* $< \alpha$ ($\alpha = 0,1$) maka dapat dikatakan terjadi masalah heteroskedastisitas, dan apabila probabilitas *Chi-Square* $> \alpha$ ($\alpha = 0,1$) maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji asumsi klasik yang digunakan untuk melihat adanya korelasi antara anggota serangkaian observasi. Autokorelasi adalah keadaan dimana faktor-faktor pengganggu yang satu dengan yang lain tidak saling berhubungan. Pengujian terhadap gejala autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Lagrange Multiplier Test* (LM) Test dengan membandingkan nilai Obs*R Square dengan nilai Chi-square. Apabila nilai probabilitas *Chi-Square* < alpha ($\alpha = 0,1$) maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah autokorelasi, dan apabila nilai probabilitas *Chi-Square* > alpha ($\alpha = 0,1$) maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi. (Gujarati, 2010).

3. Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan alat analisis statistik yaitu regresi linier berganda dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Squares*). Analisis regresi merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel. Hubungan tersebut dapat diekspresikan dalam bentuk persamaan yang menghubungkan variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas X_1, X_2, \dots, X_n . Dalam analisis regresi pola hubungan antar variabel diekspresikan dalam sebuah persamaan regresi yang diduga berdasar data sampel.

Untuk menganalisis kunjungan ke objek wisata Pantai Kerang Mas yang dipengaruhi oleh waktu tempuh, biaya perjalanan, pendapatan, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y=f(X_1,X_2,X_3,X_4,X_5).....(3.1)$$

Keterangan :

Y = Jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas

X_1 = Biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas

X_2 = Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara)

X_3 = Pendapatan

X_4 = Umur

X_5 = Pengalaman berkunjung sebelumnya

Dari formulasi diatas, model untuk analisis regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i \dots \dots \dots (3.2)$$

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji statistik t)

Untuk menentukan koefisien spesifik yang mana yang tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menggunakan uji t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat, hipotesis yang digunakan yaitu sebagai berikut :

Hipotesis 1

H_0 : $\beta_1 = 0$, secara individual variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

H_a : $\beta_1 < 0$, secara individual variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas (X_1) berpengaruh signifikan dan bersifat negatif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

Hipotesis 2

$H_0 : \beta_2 = 0$, secara individual variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara) (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

$H_a : \beta_2 > 0$, secara individual variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara) (X2) berpengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

Hipotesis 3

$H_0 : \beta_3 = 0$, secara individual variabel pendapatan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

$H_a : \beta_3 > 0$, secara individual variabel pendapatan (X3) berpengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

Hipotesis 4

$H_0 : \beta_4 = 0$, secara individual variabel umur (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

$H_a : \beta_4 < 0$, secara individual variabel umur (X4) berpengaruh signifikan dan bersifat negatif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

Hipotesis 5

$H_0 : \beta_5 = 0$, secara individual variabel pengalaman berkunjung sebelumnya (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

$H_a : \beta_5 > 0$, secara individual variabel pengalaman berkunjung sebelumnya (X5) berpengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas (Y).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara individual variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji Simultan (Uji statistik F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$, secara bersama-sama variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 \neq 0$, secara bersama-sama variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara bersama-sama seluruh variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Koefisien determinansi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi adalah antara 0 sampai 1 (Ghozali, 2013). Nilai R^2 yang kecil menandakan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinansi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinansi yang tinggi (Ghozali, 2013).

5. Perhitungan Nilai Ekonomi

Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai ekonomi digunakan metode biaya perjalanan (*Travel cost method*) yaitu dengan menghitung nilai surplus ekonomi konsumen per individu per tahun. Untuk menghitung surplus konsumen dapat menggunakan formulasi sebagai berikut :

$$SK = \frac{N^2}{2\beta_1}$$

Keterangan :

SK = Surplus konsumen

N = Jumlah kunjungan responden (kali/tahun) .

β_1 = Koefisien biaya perjalanan pada persamaan (Koefisien biaya perjalanan ini dapat dilihat dari koefisien regresi biaya perjalanan)

$$SK' \frac{SK}{N}$$

SK' = Surplus konsumen/individu/kunjungan

N = Jumlah kunjungan responden

$$EV = SK' x n$$

EV = Nilai ekonomi per tahun

n = jumlah pengunjung wisatawan Pantai Kerang Mas per tahun (Marsinko et.al, 2002) (Simamora,2016) (Tazakka, 2018)

Dalam penelitian ini menggunakan jumlah pengunjung pada tahun 2019 yaitu dengan jumlah 2.636.702 pengunjung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan untuk analisis permintaan objek wisata Pantai Kerang Mas dengan metode *travel cost*, maka dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t statistik) menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan ke objek wisata pantai Kerang Mas berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata pantai Kerang Mas.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t statistik) menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (pantai Cemara) tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata pantai Kerang Mas
3. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t statistik) menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata pantai Kerang Mas
4. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t statistik) menunjukkan bahwa variabel umur tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata pantai Kerang Mas
5. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t statistik) menunjukkan bahwa variabel pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap jumlah permintaan objek wisata pantai Kerang Mas.

6. Berdasarkan hasil uji secara simultan (uji f-statistik) menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (pantai Cemara), pendapatan, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata pantai Krang Mas.
7. Dari hasil perhitungan maka diperoleh nilai manfaat ekonomi objek Wisata Pantai Kerang Mas berdasarkan metode biaya perjalanan individual yaitu sebesar Rp 701.117.334.000.

B. Saran

Dari berbagai kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap jumlah permintaan objek wisata pantai Kerang Mas. Koefisien variabel yang menunjukkan tanda positif dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengalaman berkunjung sebelumnya maka akan semakin tinggi jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Kerang Mas. Begitu sebaliknya Oleh karena itu untuk membuat jumlah permintaan bertambah maka harus membuat para pengunjung merasa puas yaitu dengan cara memberikan fasilitas yang lengkap di objek wisata pantai Kerang Mas dan juga memberikan kemudahan akses dan kualitas jalan menuju ke objek wisata pantai Kerang Mas, dimana akses jalan masuk ke pantai Kerang ini nantinya berupa jalan Aspal. Sehingga dengan memberikan kepuasan pada pengunjung maka akan menjaga wisatawan agar tetap setia berkunjung kembali ke Pantai Kerang Mas
2. Perawatan dan penambahan fasilitas umum. Fasilitas umum sangat penting untuk selalu dijaga di lokasi wisata. Fasilitas umum seperti toilet/ kamar bilas dan ganti, mushola, GSG, tempat parkir, gazebo dan lainnya yang sangat penting untuk dirawat keberadaannya.

Pengelola dan pemerintah memiliki peran penting dalam memperhatikan fasilitas-fasilitas ini dan karakteristik serta keinginan pengunjung mengenai fasilitas tambahan demi menjaga kenyamanan wisatawan.

3. Dalam penelitian ini memiliki nilai R^2 sebesar 0,4259 atau 42,59% yang berarti bahwa jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Kerang Mas yang dapat dijelaskan oleh ke lima variabel independen yang digunakan, yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kerang Mas, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Cemara), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya hanya sebesar 42,59% hal ini terbilang bahwa variabel independen yang digunakan memiliki pengaruh yang kecil terhadap variabel dependen, maka bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengkaji kembali penelitian yang sejenis dengan menambahkan variabel independen lain yang diduga signifikan dan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga dapat menjadikan penelitian yang lebih luas dan hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin & Aimon Hasdi. (2012). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Domestik Terhadap Objek Wisata Bahari Pulau Cingkuak Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kajian Ekonomi, Vol III, No.5*.
- Aprilian, Rani. (2009). Analisis Permintaan Dan Surplus Konsumen Taman Wisata Alam Situ Gunung Dengan *Metode Travel Cost*. *Skripsi S1 program sarjana fakultas ekonomi dan manajemen Institut pertanian bogor*.
- Armos, N. H. (2013). Studi Kesesuaian Lahan Pantai Wisata Boe Desa Mappakalombo Kecamatan Galesong Ditinjau Berdasarkan Biogeofisik . *Skripsi Jurusan Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin Makassar*.
- Asriyanidewi. (2016). Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Pemandian Air Panas Galunggung Kabupaten Tasikmalaya Pendekatan *Travel Cost Method*. *Skripsi S1 Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan*.
- Budi, A. M., & Purbayu Budi Santoso. (2013). Analisis Permintaan Objek Wisata Masjid Agung Semarang . *Diponegoro Journal of Economics Volume 2 Nomor 2 ISSN 2337-3814*, Hal 1-15.
- Clawson, & Marion, K. (1966). *Economics Of Outdoor Recreation* Baltimore . *Natural Resources Journal*.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu: (2017), ([http://www.inestasi.lampungprov.go.id/berita-30-potensi pariwisata provinsi lampung.html](http://www.inestasi.lampungprov.go.id/berita-30-potensi_pariwisata_provinsi_lampung.html), diakses 8 Oktober 2020).
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Lampung Timur (2017) (<http://investasidpmpptsp.lampungtimurkab.go.id/potensi>, diakses 25 Maret 2021)

- Djijono(2002) Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman Provinsi Lampung *Makalah Pengantar Falsafat Sains Insitut* .Pertanian Bogor,Hal 1-20.
- Fadly, M. (2010). Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan asli Daerah (PAD) Ditinjau Dari Ekonomi Islam. *Skripsi S1 Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Fathurrahmi, F. (2016). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Pantai Gandorah Kota Pariaman. *Skripsi Padang Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*.
- Fauzi. (2010). *Jurnal Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Fauzi, A. (2004). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan* . Jakarta: Gramedia.
- Fitriani. (2018). Determinan Permintaan Objek Wisata Alam Ke'te' Kesu' Di Toraja Utara Dengan Pendekatam *Travel Cost Method*. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Furohman, D., & Andryan Setyadharna. (2018). Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Pada Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan . *Economic Development Analysis Journal* 7, 4.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 2*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gilarso, S. T. (2003). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Gujarati, & D.C Porter. (1995). *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometrika Dasar Edisi 6*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, D., & Dawn C. Porter. (2009). *Basic Economometric 5 Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Haab Tc, & McConnel,(2002). *Valuating Environmental and Natural Resource The Economic Of Non- Market Valuating*. Edward Elgar.

- Hardinoto, K. (1996). *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata* . Jakarta: Universitas Indonesia.
- Herminto, Fredy. (2015) Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau Di Kabupaten Kampar Dengan Metode Biaya perjalanan. *Jurnal FEKON. Vol 2 No.1.*
- Hotelling, H. (1931). Relations Between Two Sets Of Varients. *Biometrika*, 28(1) 312-377.
- Igunawati, D. (2010). Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban Kabupaten Tegal . *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang* .
- Ismayanti, (2020) Dasar-Dasar Pariwisata. *Universitas Sahid Jakarta*.
- Juanda, A. (2007). Pengaruh Tingkat Kesulitan Keuangan Perusahaan dan Risiko Litigasi terhadap Konservatisme Akuntansi. *Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Pdang*.
- Kabupaten Lampung Timur Dalam Angka . (2017). Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur.
- Kawung, M.V & Rosalina & Yuzuardi. (2017) Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Dan Nilai Ekonomi Kebun Raya Bogor. *Tesis Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Marsinko, Z. A., & Jm Bowker. (2002). Use Travel Cost model In Planning A Case Study Tourism Analysis. 6(1):203-211.
- Mateka, A. J., & Harahap N. (2013). Objek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang . *Api Student Journal*, 1:12-22.
- Meyers, K., & Zalukhu, & S. (2009). *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*. Jakarta: Unesco Office.
- Mufidah, D. (2019). Valuasi Ekonomi Pendekatan Biaya Perjalanan Individual Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata di Bukit Sekunir Kabupaten Wonosobo . *Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Mulyana, I. (2009). *Pasar Pariwisata*. Ciamis.
- Muntasib, H. (2007). Diktat Mata Kuliah RAE DKSHE. *Fakultas Kehutanan IPB*

- Novitasari, Evi. (2017). Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang. *Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.
- Pemerintah Provinsi Lampung. (2013). *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah*.
- Pitana, I Gede & Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Profil Pantai Kerang Mas*. (2017). Badan Pengelola Pantai Kerang Mas.
- Raharjo, Ahmad. (2002). Menaksir Nilai Ekonomi Taman Hutan Wisata Tawangmangu Aplikasi Individual Travel Cost. *Jurnal Manusia dan Lingkungan Vol.2 hal 79-88*.
- Rasyid, Harun (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Shanty, A. N. (2011). Analisis Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sikap Rasional, Lingkungan, Sanksi Denda dan Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Thesis Universitas Diponegoro*.
- Simamora, Oktavia. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung . *Skripsi S1 Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung* .
- Spillane, J. (1987). *Pariwisata Sejarah dan Prospeknya Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Kanisius.
- Stabler, & Sinclair. (1995). *Economics of tourism*. London: Routledge.
- Sugiyono. (2002) *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (1994). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi 2*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suparmoko. (1997). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. BPFE.
- Susilowati, . & Indah, M. (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*.
- Tazakka, M. (2018). Analisis Permintaan Objek Wisata Pantai Mutun Di Kabupaten Pesawaran Dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*.

Tazkia, F.O & Hayati, Indah (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo Dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Ekonomi, Hal. 1-10*.

Wahab, S. (1995). *Menejemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Widarjono, A. (2013). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Jakarta: Ekonosia.