

**VALUASI EKONOMI DENGAN METODE *TRAVEL COST*
DESTINASI WISATA RIVER TUBING BRONJONG
KECAMATAN WAY LIMA KABUPATEN PESAWARAN**

(Skripsi)

Oleh

Juanda Nasa Putra



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION WITH TRAVEL COST METHOD RIVER BRONJONG TOURISM DESTINATIONS WAY LIMA DISTRICT, PESAWARAN REGENCY

By

Juanda Nasa Putra

This study aims to analyze the factors that influence the number of visits to the River Tubing Bronjong Tourism, the economic value of the River Tubing Bronjong tourist destination, and visitor satisfaction with the attributes of tourism costs. This study uses a survey method with a total of 58 respondents. The analytical method used is multiple linear analysis, descriptive analysis, and customer satisfaction index (CSI) analysis conducted in December 2021-January 2022. The results show that the factors that influence the number of tourist visits River Tubing Bronjong are distance, age, education, and income. The economic value of River Tubing Bronjong tourism is Rp. 5,407,448,275,862.07 per year. The level of visitor satisfaction with the cost attribute is 77.25 percent, which shows that visitors are satisfied with the cost attributes incurred when traveling to River Tubing Bronjong.

Keywords: tourism, visitor satisfaction, economic value,

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI DENGAN METODE *TRAVEL COST* DESTINASI WISATA RIVER TUBING BRONJONG KECAMATAN WAY LIMA KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

Juanda Nasa Putra

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Wisata River Tubing Bronjong, nilai ekonomi destinasi wisata River Tubing Bronjong, dan kepuasan pengunjung terhadap atribut biaya wisata. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan jumlah responden sebesar 58 orang. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda, analisis deskriptif, dan analisis *customer satisfaction index* (CSI) yang dilakukan pada Bulan Desember 2021-Januari 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata River Tubing Bronjong adalah jarak, umur, pendidikan, dan pendapatan. Nilai ekonomi wisata River Tubing Bronjong adalah sebesar Rp5.407.448.275.862,07 per tahun. Tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut biaya sebesar 77.25 persen yang menunjukkan bahwa pengunjung puas dengan atribut biaya yang dikeluarkan ketika berwisata ke River Tubing Bronjong.

Kata kunci : jumlah kunjungan, kepuasan pengunjung, nilai ekonomi

**VALUASI EKONOMI DENGAN METODE *TRAVEL COST*
DESTINASI WISATA RIVER TUBING BRONJONG
KECAMATAN WAY LIMA KABUPATEN PESAWARAN**

Oleh :

Juanda Nasa Putra

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **VALUASI EKONOMI DENGAN METODE TRAVEL
COST DESTINASI WISATA RIVER TUBING
BRONJONG KECAMATAN WAY LIMA
KABUPATEN PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : **Juanda Nasa Putra**

NPM : **1864131003**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

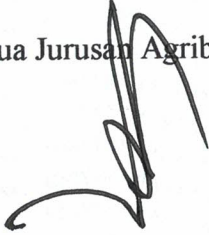
MENYETUJUI,

1. **Komisi Pembimbing**


Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.
NIP 198111182008122003


Lina Marlina, S.P., M.Si
NIP 198303232008122002

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

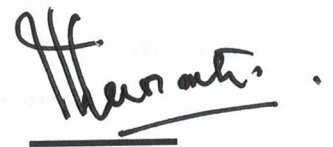
Ketua

: **Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.**



Sekretaris

: **Lina Marlina, S.P., M.Si.**



Penguji

Bukan Pembimbing

: **Dr. Ir. Ktut Murniati, S.P., M.T.A.**



Dekan Fakultas Pertanian


Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIDP. 196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **20 Juni 2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juanda Nasa Putra

NPM : 1864131003

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

**“VALUASI EKONOMI DENGAN METODE TRAVEL COST DESTINASI
WISATA RIVER TUBING BRONJONG KECAMATAN WAY LIMA
KABUPATEN PESAWARAN”**

Adalah benar karya saya sendiri yang saya susun dengan mengikuti norma dan etika akademik yang berlaku. Selanjutnya, saya juga tidak keberatan apabila sebagian atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen dan/atau program studi untuk kepentingan publikasi. Jika di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung, 20 Juni 2022

Yang menyatakan



Juanda Nasa Putra

NPM 1864131003

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 19 Februari 1998, sebagai anak pertama dari empat bersaudara pasangan Bapak Deswandi dan Ibu Leni Fitriawati. Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di TK Aisyah Bustanul Athfal Bandar Lampung pada tahun 2004, tingkat Sekolah Dasar di SDN 4 Gading Rejo pada tahun 2010, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Utama Bandar Lampung pada tahun 2013, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMAN 5 Bandar Lampung pada tahun 2017. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Prestasi.

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Gading Rejo Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu selama 40 hari pada Bulan Februari hingga Maret 2021. Selanjutnya, pada Bulan Agustus hingga September 2021 penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT Sarhif Brothers Kota Bumi Lampung Utara Provinsi Lampung selama 30 hari kerja efektif. Selama masa perkuliahan, penulis pernah menjadi asisten dosen mata kuliah *Home stay* pada semester genap tahun ajaran 2021-2022. Penulis juga pernah mendapatkan penghargaan Program Mahasiswa Wirausaha dari dikti dan dipercaya menjadi koordinator *content creator* jurusan agribisnis pada semester genap tahun ajaran 2021-2022. Penulis juga aktif sebagai anggota bidang kewirausahaan di Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung pada periode tahun 2018-2021.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah *rabbi'l'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Valuasi Ekonomi Dengan Metode *Travel Cost* Destinasi Wisata River Tubing Bronjong Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran”**. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis dan Dosen Pembimbing Akademik atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan arahan, saran, dan nasihat.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P selaku Dosen Pembimbing Pertama yang dengan sabar memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Lina Marlina, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.

6. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., selaku Dosen Penguji atas saran dan arahan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.
7. Teristimewa kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda tercinta Deswandi dan Ibunda tersayang Leni Fitriawati, yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
8. Adik-adikku tersayang, M Fajri Ar Devan, Lady Diana, M Lucky Ar Devan yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Terspesial dr. Nur Indah Fitriani, yang selalu memberikan semangat dan menampung keluh kesah penulis selama penyelesaian skripsi.
11. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Tunjung, Mas Boim, dan Mas Bukhari yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.
12. Pengelola tempat wisata River Tubing Bronjong atas semua bantuan, arahan, dan izin yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Sepuluh orang terspesial, Ahyar Adit, Divya, Dinda AO, Hana, Kifah, Vita, Savira, Via, dan Rifja atas bantuan dalam penyelesaian skripsi, doa, saran, semangat, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis.
14. Temen-Temen seperjuangan di kampus, Eggy, Ayi, Alifp, Vikran, Naurah, Aldi, Rofi, Ridho, Ahyar, Nufus, Nabul, Nadya, Fahmi, Rafli, Ruli, Vinni, Sofi, dan Yasmin atas bantuan, doa, saran, semangat, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
15. Sahabat-sahabat rasa saudara, Aqrom, Faldi, Fajar, Daril, Ignatius, Feli, Maya Eben, Rafli S dan Yuda yang telah memberikan bantuan, doa, saran, semangat, dukungan yang tiada henti, hiburan, dan kebahagiaan.
16. Teruntuk Tim *Content Creator*, Dinda AY, Odi, Audhio, Bayu, Bu Dian, Bu Rani, dan Bu Saleh atas keceriaan, kebersamaan, hiburan, motivasi, semangat dan saran yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
17. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2018, yang tidak bisa disebutkan satu

per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

18. Atu dan Kiyay Agribisnis 2015, 2016, 2017 serta adik Agribisnis 2019 dan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
19. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
20. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan selama proses penulisan skripsi ini dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Bandar Lampung, 22 Juni 2022

Penulis,

Juanda Nasa Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Valuasi Ekonomi	9
2. Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Costs Methods</i>).....	13
3. Nilai Ekonomi	17
4. Pariwisata	19
5. Objek Wisata	20
6. Kepuasan Konsumen.....	20
7. Customer Satisfaction Index (CSI).....	22
8. Biaya.....	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	29
III. METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	30
B. Objek Penelitian.....	30
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data.....	32
D. Jenis dan Sumber Data.....	34
E. Metode Analisis Data	34
1. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan	34
2. Analisis Nilai Ekonomi	39
3. Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Atribut Biaya.....	39

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Wisata River Tubing Bronjong	43
B. Letak Geografis.....	43
C. Kondisi Demografi.....	44
D. Sarana dan Prasarana Wisata River Tubing Bronjong.....	45
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Pengunjung	47
1. Umur Pengunjung	47
2. Jenis Kelamin Pengunjung.....	48
3. Asal Daerah Pengunjung.....	49
4. Pendidikan Pengunjung.....	50
5. Pekerjaan Pengunjung	51
6. Pendapatan Pengunjung	52
7. Motivasi Kunjungan.....	53
8. Frekuensi Kunjungan	53
9. Sumber Informasi.....	54
B. Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Pengunjung Wisata River Tubing Bronjong.....	56
C. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata River Tubing Bronjong	57
1. Uji asumsi Klasik	57
a. Uji Multikolinearitas	57
b. Uji Heteroskedastisitas	58
2. Uji Hipotesis.....	59
a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
b. Uji Ketepatan Model (Uji Statistik F)	60
c. Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji-t)	60
D. Nilai Ekonomi Wisata River Tubing Bronjong Berdasarkan Biaya Perjalanan	67
E. Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Kenyataan Wisata River Tubing Bronjong	69
VI. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	74
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah kunjungan pariwisata Provinsi Lampung dari tahun 2016-.....	2
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.....	27
3. Definisi operasional variabel.....	32
4. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata River Tubing Bronjong.....	33
5. Skor tingkat kepentingan dan tingkat kenyataan	40
6. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis <i>Customer</i>	41
7. Jumlah penduduk di Kabupaten Pesawaran	45
8. Biaya perjalanan Wisata River Tubing Bronjong	55
9. Hasil uji multikolonieritas data	57
10. Uji Asumsi Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	58
11. Hasil output coefficientst regresi linear berganda.....	60
12. Nilai ekonomi wisata River Tubing Bronjong	67
13. Kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian “Analisis Travel Cost wisata River Tubing Bronjong	83
14. Identitas responden secara lengkap	88
15. Analisis biaya perjalanan	91
16. Biaya perjalanan konsumsi	95
17. Faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan.....	98
18. Biaya perjalanan total.....	104
19. Data siap uji.....	107
20. Bobot tingkat kepentingan	110

21. Tingkat kenyataan	113
22. Perhitungan analisis kepuasan tingkat kepentingan	116
23. Perhitungan analisis tingkat kenyataan	117
24. Perhitungan kepuasan konsumen dengan analisis CSI	118
25. Estimasi parameter uji T	119
26. Uji asumsi normalitas.....	120
27. Uji asumsi multikolinieritas	121
28. Uji asumsi Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	122
29. Surplus Konsumen	123
30. Tingkat Kepentingan atribut biaya wisata River Tubing Bronjong	125
31. Uji validitas atribut tingkat kenyataan	126
32. Hasil uji realibilitas tingkat kepentingan.....	127
33. Hasil uji realibilitas tingkat kenyataan.....	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Pengunjung Wisata Kabupaten Peswaran dari Tahun 2017 sampai 2020.....	3
2. Jumlah Pengunjung Wisata River Tubing Tahun 2021	4
3. Metode valuasi ekonomi non pasar.....	10
4. Kurva Surplus Konsumen	18
5. Kerangka pemikiran valuasi ekonomi River Tubing Bronjong	29
6. Sebaran umur pengunjung kawasan Wisata River tubing Bronjong.....	48
7. Sebaran jenis kelamin pengunjung Wisata River Tubing Bronjong.....	48
8. Sebaran asal pengunjung Wisata River Tubing Bronjong	10
9. Sebaran pendidikan pengunjung Wisata River Tubing Bronjong	50
10. Sebaran pekerjaan pengunjung kawasan Wisata River tubing Bronjong.....	51
11. Sebaran pendapatan pengunjung Wisata River Tubing Bronjong.....	42
12. Sebaran motivasi kunjungan pengunjung ke Wisata River Tubing Bronjong	53
13. Sebaran frekuensi kunjungan pengunjung Wisata River Tubing Bronjong ..	55
14. Foto area Wisata River Tubing Bronjong.....	80
15. Foto dengan responden pengunjung Wisata River Tubing Bronjong.....	80
16. Sarana prasarana Wisata River Tubing Bronjong.....	81
17. Aliran air Wisata River Tubing Bronjong.....	81

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang No 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dampak besar yang diperoleh dari kemajuan industri pariwisata adalah meningkatnya pemasukan devisa negara dan pendapatan nasional. Selain itu, bagi daerah tujuan wisata akan berdampak pada peningkatan taraf ekonomi masyarakat dan juga akan berkembang seiring dengan kemajuan sektor pariwisata.

Jasa pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang diperoleh dari kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik. Semakin banyak turis yang berkunjung ke negara Indonesia maka semakin banyak pula devisa yang akan diterima oleh negara. Pada tahun 2017 penerimaan devisa pariwisata di Indonesia naik dengan nilai sebesar 12. juta US\$, yaitu meningkatnya pertumbuhan dengan rata rata sekitar 20% (Kementrian Pariwisata, 2017).

Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata yang menjanjikan melalui keindahan alam yang dimiliki. Wisatawan Provinsi Lampung memiliki jumlah pengunjung yang cukup besar dan wisatawan yang datang ke Provinsi Lampung mengalami peningkatan yang signifikan. Adanya peningkatan tersebut memberikan dampak positif terhadap PDRB khususnya sektor pariwisata. Tahun 2015 sampai 2017 kontribusi pariwisata terhadap PDRB mengalami peningkatan, tahun 2015 sektor

pariwisata mampu memberikan kontribusi sebesar 1,15 persen, pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 1,17 persen dan tahun 2017 kontribusi pariwisata menjadi 1,51 persen atau Rp1.335.853 trilyun dari jumlah total PDRB sebesar Rp88.322.488 trilyun. (BPS Lampung, 2017).

Tingkat kunjungan Pariwisata Provinsi Lampung menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2019. Pandemi covid-19 berdampak terhadap sektor pariwisata Lampung berupa penurunan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan internasional yang terlihat cukup drastis pada tahun 2020. Berikut data jumlah kunjungan pariwisata Provinsi Lampung dari Tahun 2016-2020 dalam di sajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah kunjungan pariwisata Provinsi Lampung dari tahun 2016-2020

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2016	7.381.774
2	2017	11.395.827
3	2018	13.101.371
4	2019	10.445.855
5	2020	2.548.394

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Lampung, 2021

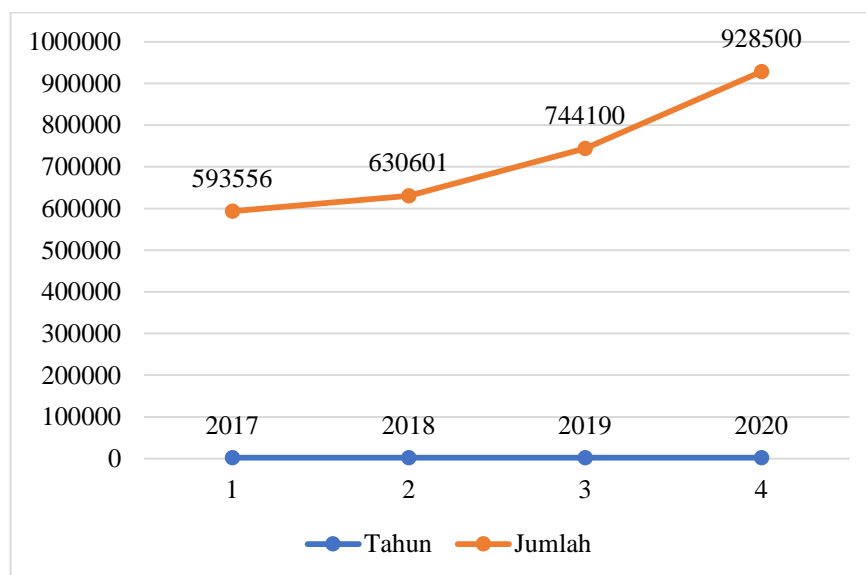
Wisata terdapat beberapa jenis antara lain, wisata bahari, wisata cagar alam, wisata konvensi dan salah satunya yaitu ekowisata. Ekowisata merupakan sektor pariwisata yang berpotensi sebagai salah satu penunjang perekonomian nasional. Ekowisata juga dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah. Sektor pariwisata mampu menyerap pekerja juga dapat sebagai alternatif penghasil devisa yang baik, dan juga mampu mendorong pertumbuhan dalam investasi (Yuningsih, 2005).

Pemerintah menyusun rencana dan berbagai kebijakan yang dapat mendorong kemajuan ekowisata dalam pengembangan sektor ini. Salah satu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah adalah menggali, menginventarisir dan memajukan objek-objek wisata yang ada agar ketertarikan wisatawan semakin tinggi. Konsep ekowisata merupakan bentuk pengelolaan pariwisata dengan pendekatan konservasi alam. Konsep ekowisata dapat disajikan dengan lima elemen inti, seperti bersifat alami, berkelanjutan secara ekologis,

lingkungannya bersifat edukatif, menguntungkan masyarakat lokal, dan menciptakan kepuasan wisatawan. sektor pariwisata banyak yang telah dikembangkan sebagai ekowisata, yang memanfaatkan sumber daya alam baik daratan atau perairan sebagai lokasi wisata. Salah satu sumber daya alam yang sedang dikembangkan sebagai pariwisata. Sehingga dengan adanya ekowisata dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi yang signifikan, lingkungan yang tetap terjaga, dan masyarakat yang sejahtera (Mutiara,2019).

Salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang mempunyai potensi pariwisata ekowisata adalah Kabupaten Pesawaran dengan keindahan objek wisata yang tersebar di sejumlah wilayah. Keragaman kearifan lokal membuat Kabupaten Pesawaran layak menjadi daerah tujuan utama pariwisata di Indonesia, bahkan Kabupaten Pesawaran memiliki ekowisata terbaik di Provinsi Lampung. (Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, 2019).

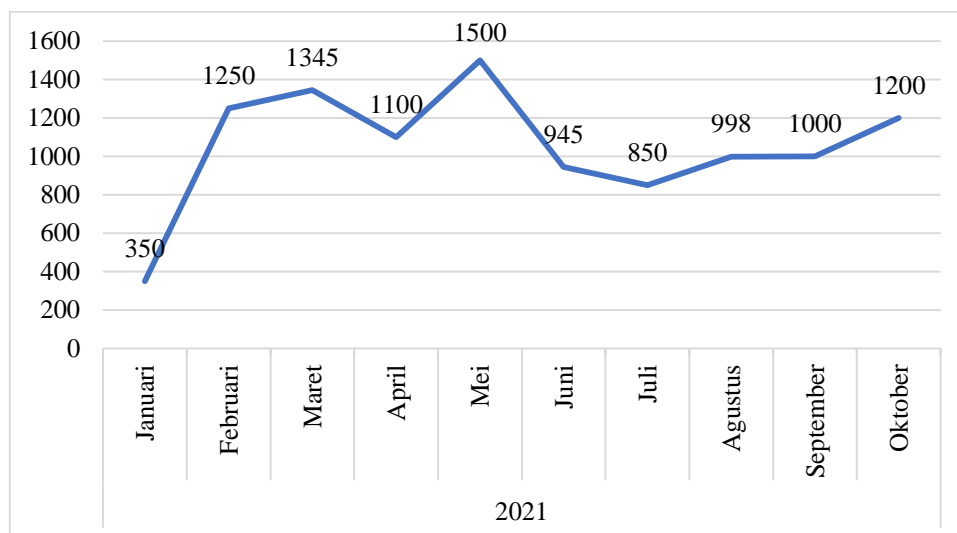
Berikut Grafik jumlah pengunjung wisata Kabupaten Pesawaran dari Tahun 2017 sampai 2020 dalam Gambar 1.



Gambar 1. Jumlah pengunjung wisata Kabupaten Pesawaran Tahun 2017-2020
Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, 2021.

Gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisata Kabupaten Pesawaran terus mengalami peningkatan pada tahun 2017 hingga tahun 2020, yaitu 593.556 wisatawan, dan 630.601 wisatawan. Pandemi covid-19 tidak memberikan dampak *negative* terhadap wisatawan River Tubing Bronjong.

Salah satu wisata yang cukup terkenal di Kabupaten Pesawaran adalah River Tubing Bronjong karena wisata ini cukup dekat dengan perkotaan. Wisata ini terletak di antara pertengahan kota Bandar Lampung dan Pesawaran hanya mencapai jarak 25 km, Pesawaran ke Pringsewu hanya 20 km. Jumlah kunjungan Wisata River Tubing terus meningkat setiap bulannya karena destinasi wisata ini banyak menarik pengunjung. Grafik jumlah pengunjung wisata River Tubing Bronjong Tahun 2021 pada Gambar 2.



Gambar 2. Jumlah pengunjung wisata River Tubing Tahun 2021
Sumber : Data diolah, 2021.

Gambar 2 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan River Tubing Bronjong mengalami fluktuasi dari bulan Januari sampai dengan Oktober 2021. Pada bulan April jumlah pengunjung turun menjadi 1.100 wisatawan yang mulanya adalah 1.345 pada bulan Maret dan pada bulan Mei jumlah pengunjung naik menjadi 1500 itu dikarenakan hari libur sekolah, sehingga para wisatawan ramai berkunjung ke destinasi River Tubing Bronjong. Setelah mengalami peningkatan, jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan

kembali pada bulan juni dan juli, yaitu menjadi 945 dan 850 wisatawan. Jumlah kunjungan mulai mengalami peningkatan kembali sejak bulan Agustus hingga Oktober 2021.

B. Rumusan Masalah

Kabupaten Pesawaran memiliki salah satu ikon baru destinasi wisata yaitu River Tubing Bronjong di Provinsi Lampung yang dikelola oleh kelompok Wisata (Pokdarwis) Desa Cipadang Kabupaten Pesawaran. Wisata River Tubing Bronjong mulai dikenal pada tahun 2020 dan mendapatkan antusias oleh masyarakat setempat, hal ini dikarenakan fasilitas yang tersedia sudah cukup memadai sehingga wisatawan di luar Kabupaten Pesawaran mulai berdatangan untuk mengunjungi wisata tersebut. Lahan yang cukup luas dan mengitari PTPN VII dimanfaatkan oleh pengelola untuk menampilkan fasilitas penunjang yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung saat berlibur. Pokdarwis merupakan salah satu pengelola Destinasi Wisata Bronjong yang melakukan strategi dalam upaya meningkatkan target jumlah wisatawan yaitu melalui kegiatan promosi, sehingga nantinya destinasi wisata River Tubing Bronjong bisa terkenal sampai luar Provinsi Lampung. Wisatawan yang datang ke River Tubing Bronjong tidak hanya dari kalangan remaja, melainkan semua kalangan usia dapat mengunjungi wisata tersebut.

Destinasi wisata River Tubing Bronjong yang terletak di Kabupaten Pesawaran memberikan kontribusi yang baik terhadap kondisi perekonomian warga di lingkungan tersebut. Warga sekitar mendapatkan dampak positif adanya wisata tersebut, dan warga berjualan makanan ringan dan minuman di pinggir sungai, menyediakan jasa sewa ban hingga motor ATV. Hal yang mendasari wisatawan mau berkunjung ke lokasi tersebut karena wisata ini ramah untuk semua kalangan umur, serta didukung dengan adanya prasarana yang dapat memberikan pelayanan yang cukup baik, seperti akses fasilitas jalan raya yang baik dan tempat objek wisata yang berada di Jalan utama Cipadang Gedong Tataan yang menghubungkan Kota Bandar Lampung.

Ketersediaan sarana dan prasarana menjadi pertimbangan terhadap banyaknya pengunjung yang datang ke objek destinasi wisata River Tubing Bronjong. Manfaat ekonomis yang dimiliki destinasi wisata River Tubing Bronjong dapat disajikan dari berbagai sudut pandang. Khususnya yang menyangkut barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan memang bisa berbeda jika dipandang dari berbagai disiplin ilmu. Salah satu tolak ukur yang relatif mudah dan bisa dijadikan persepsi bersama berbagai disiplin ilmu menduga nilai barang dan jasa yang diinginkan (Djijono, 2002).

Nilai aset lingkungan dapat diukur oleh preferensi individu untuk konservasi dan destinasi wisata ini. Berdasarkan preferensi dan selera yang ada, maka individu-individu akan menilai objek ke dalam berbagai *assigned value*. Untuk mendapatkan nilai ekonomis total, maka para pakar ekonomi dalam penilaiannya membedakan *user value* dan *non user value* dari objek yang dinilainya. Meski belum terdapatnya sarana umum seperti bus atau angkot yang dapat digunakan untuk menuju objek wisata masih menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah terkait.

Kunjungan yang dilakukan wisatawan ke objek destinasi Wisata River Tubing Bronjong tidak terlepas dari beberapa faktor penting yang akan memengaruhi keputusannya atau yang biasa disebut dengan kepuasan pengunjung ketika berkunjung. Kepuasan menunjukkan apa yang konsumen sukai dan yang tidak. Kepuasan dan perilaku terhadap kunjungan ke objek wisata destinasi River Tubing merupakan hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. Kepuasan positif wisatawan dapat ditunjukkan melalui setia kepada satu tempat kunjungan objek wisata sebagai sarana *refrehsing* dan merekomendasikan objek wisata tersebut kepada pengunjung lain (Pitana, 2005).

Besarnya bayaran yang dikeluarkan buat mengarah ke objek destinasi Wisata River Tubing apakah telah cocok ataupun belum. Aspek biaya yang menjadi pertimbangan tersebut ialah biaya transportasi yang digunakan untuk mengunjungi objek wisata, biaya konsumsi yang dikeluarkan selama berkunjung ke River Tubing Bronjong, biaya tiket masuk yang dikeluarkan

untuk masuk River Tubing Bronjong, biaya parkir yang dikeluarkan untuk keamanan kendaraan, biaya sewa gazebo dengan fasilitas keamanan barang yang disiapkan dan biaya sewa ban yang digunakan apakah menunjukkan sikap pengunjung di River Tubing Bronjong yang sudah puas. Kebutuhan masyarakat akan wisata air mendorong pihak pengelola berusaha untuk menyediakan berbagai fasilitas destinasi air yang cukup menarik. Fasilitas destinasi air tersebut di objek destinasi Wisata River Tubing Bronjong menjadi daya tarik dan pembeda dengan objek wisata air lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang, diperlukan suatu penilaian ekonomi dari River Tubing Bronjong agar manfaat ekonomi dapat diketahui, khususnya manfaat berwisata dari pemanfaatan sumberdaya yang ada pada River Tubing Bronjong. Selain itu, perlunya penelitian yang menekankan faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke River Tubing Bronjong dan sikap kepuasan pengunjung River Tubing Bronjong atas biaya yang dikeluarkan, sehingga wisatawan dapat mempertimbangkan dalam berkunjung kembali ke River Tubing.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah kunjungan di Objek Wisata River Tubing Bronjong?
2. Bagaimana nilai ekonomi Objek Wisata River Tubing Bronjong berdasarkan analisis biaya perjalanan?
3. Bagaimana kepuasan pengunjung terhadap atribut biaya yang dikeluarkan di Objek Wisata River Tubing Bronjong?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah kunjungan Wisata River Tubing Bronjong.

2. Menganalisis nilai ekonomi destinasi Wisata River Tubing Bronjong berdasarkan analisis biaya perjalanan.
3. Mengkaji bagaimana kepuasan pengunjung terhadap atribut wisata yang dikeluarkan di Wisata River Tubing Bronjong.

D. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Pengelola yang terkait dengan destinasi wisata River Tubing Bronjong sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam melayani wisatawan sehingga daya Tarik River Tubing Bronjong terus meningkat.
2. Bagi pemerintah sebagai pertimbangan memperbaiki sarana destinasi wisata tertentu dan untuk pengambilan kebijakan.
3. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai referensi dan menambah literatur ilmiah mengenai peran destinasi wisata dan valuasi ekonomi terhadap destinasi wisata yang baru.
4. Bagi masyarakat sekitar destinasi wisata dapat menjadi pertimbangan dalam berinovasi di sekitar lingkungan destinasi wisata River Tubing Bronjong karena semakin dikenal luas daerah destinasi wisata ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Valuasi Ekonomi

Menurut Fadhillah (2015) valuasi ekonomi adalah cara menentukan nilai kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya terhadap nilai pasar baik tersedia atau tidak sedangkan menurut Fauzi (2010) valuasi ekonomi adalah bentuk pengukuran terhadap lingkungan hidup yang melihat perbandingan preferensi masyarakat tentang baik dan buruknya lingkungan hidup tersebut. Menurut Kementrian Lingkungan Hidup (2012) valuasi ekonomi merupakan konsep metode yang menetapkan nilai ekonomi melalui sisi kerusakan lingkungan maupun nilai ekonomi total dengan pendekatan harga pasar dan pendekatan harga non pasar sebagai alat analisisnya. Pendekatan modal manusia (*human capital*), pendekatan produktivitas, pendekatan nilai hilang (*foregone earning*), dan pendekatan biaya kesempatan (*opportunity cost*) merupakan model pendekatan yang dapat dilakukan pada harga pasar. Sedangkan pada pendekatan non pasar dapat digunakan metode biaya perjalanan (*travel cost*), metode nilai hedonis (*hedonic pricing*), metode kesediaan menerima ganti rugi atau kesediaan membayar (*contingent valuation*) dan metode benefit transfer.

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah sebagai berikut.

$$TEV = UV + NUV = (DUV + IUV) + (OV + EV + BV) \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

TEV = *Total economic value* (total nilai ekonomi)

UV = *Use value* (nilai guna)

NUV = *Non use value* (nilai intrinsik)

DUV = *Direct use value* (nilai guna langsung)

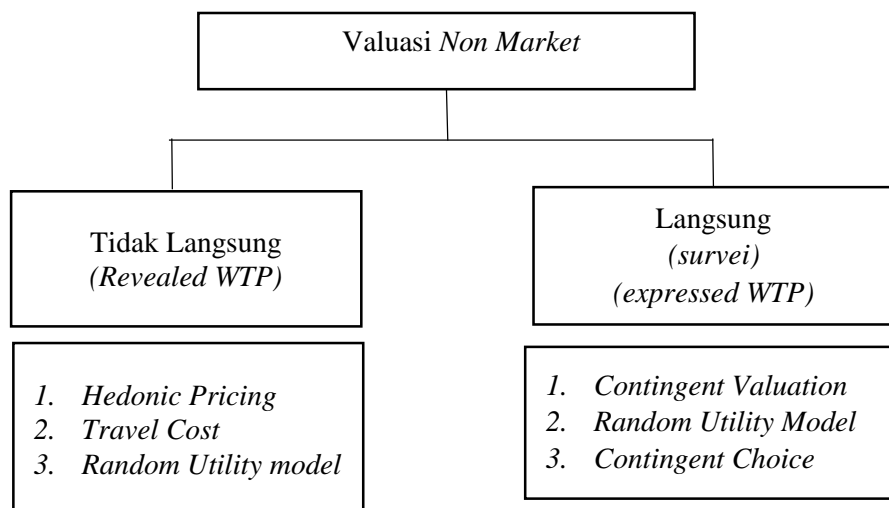
IUV = *Indirect use value* (nilai guna tak langsung)

OV = *Option value* (nilai pilihan)

EV = *Existance value* (nilai keberadaan)

BV = *Bequest value* (nilai warisan)

Nilai guna (*use value*), yaitu suatu bentuk penjabaran suatu nilai yang diperoleh dari pemakaian langsung dan berkaitan dengan sumberdaya lingkungan yang sedang diteliti, sedangkan nilai guna tak langsung (*non-use value*), yaitu nilai yang tidak ada kaitan langsung dengan kemungkinan pemakaian sumber daya alam dan lingkungan. Lingkungan memiliki manfaat dan fungsi ekologis yang sering tidak terkuantifikasi dalam perhitungan nilai lingkungan secara menyeluruh seperti keindahan alam, kejernihan mata air, dan kesejukan udara. Terganggunya fungsi dan manfaat lingkungan dapat memengaruhi pemilihan metode perhitungan valuasi ekonomi. Menurut Fauzi (2006) dalam menentukan nilai ekonomi total dapat digunakan proses pendekatan non pasar (*non market*) yang dapat disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Metode valuasi ekonomi non pasar
Sumber : Fauzi, 2006.

Gambar 3 menerangkan bahwa pilihan metode valuasi ekonomi yang dapat diterapkan ke dalam perhitungan nilai ekonomi kerusakan lingkungan. Fungsi dan manfaat lingkungan yang terganggu dapat mempengaruhi pemilihan metode perhitungan valuasi ekonomi. Pendekatan harga pasar dan non pasar dapat digunakan untuk menentukan nilai ekonomi total. Valuasi ekonomi yang tidak dapat dipasarkan (*non market goods*) terbagi menjadi dua yaitu manfaat langsung dan tidak langsung. Berikut yang termasuk ke dalam kelompok manfaat tidak langsung, yaitu:

a. *Travel Cost Method*

Travel Cost Method (TCM) merupakan metode yang telah banyak digunakan dalam menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka yang digunakan untuk menilai ekonomi secara tidak langsung. TCM pada prinsipnya digunakan untuk mengkaji pengeluaran biaya yang dikeluarkan individu untuk mengunjungi tempat rekreasi.

b. *Random Utility Model*

Random utility model merupakan metode dengan alternatif lokasi wisata dan tidak jauh beda dengan TCM, namun *random utility model* tidak hanya terpaku pada jumlah kunjungan rekreasi akan tetapi pada saat faktor-faktor pengganti lokasi tersedia maka nilai dari karakteristik suatu alternatif ke lokasi lain dapat diukur.

c. *Hedonic Pricing*

Metode nilai berkaitan dengan pendekatan hedonis yang merupakan suatu teknik penilaian atas lingkungan yang didasarkan pada perbedaan harga sewa lahan yang diasumsikan adanya perbedaan kualitas lingkungan. Secara tidak langsung pendekatan ini digunakan untuk menduga nilai perubahan kualitas lingkungan agar nilai kesanggupan membayar (*willingness to pay*) dapat ditentukan.

Menurut Susilowati (2019), secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan. Pada dasarnya, dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok besar, yaitu berdasarkan orientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei.

a. Pendekatan Orientasi Pasar

- 1) Penilaian manfaat yang menerapkan harga pasar aktual barang dan jasa:
 - a) Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
 - b) Metode kehilangan penghasilan (*loss earning method*)
- 2) Penilaian biaya menggunakan harga pasar aktual terhadap perlindungan lingkungan yang ada:
 - a) Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - b) Biaya pengganti (*replacement cost methods*)
 - c) Proyek bayangan (*shadow project methods*)
 - d) Analisa keefektifan biaya
- 3) Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*):
 - a) Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - b) Pendekatan nilai kepemilikan
 - c) Pendekatan nilai tanah
 - d) Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - e) Pendekatan perbedaan nilai upah (*wage differential methods*)
 - f) Penerimaan atas kompensasi

b. Pendekatan Orientasi Survei

- 1) Pernyataan langsung terhadap kemauan dalam membayar (*willingness to pay*).
- 2) Pernyataan langsung terhadap kemauan dalam membayar (*willingness to accept*).

Terdapat pula kelompok manfaat langsung adalah *Contingent Valuation Method* (CVM). CVM merupakan bentuk Informasi yang tergantung dari hipotesis yang dibangun biasanya disebut dengan metode *contingent* (tergantung). CVM atau nilai keberadaan sering digunakan untuk mengukur nilai pasif (*non pemanfaatan*) atas sumber daya alam. Metode ini bertujuan untuk mengetahui keinginan membayar (*willingness to pay* atau WTP) dari masyarakat, dan keinginan menerima (*willingness to accept* atau WTA) apabila terjadi ketidaknyamanan, kerusakan maupun pemeliharaan akibat

perubahan sumber daya alam dan lingkungan. Kelebihan dari metode CVM, yaitu penggunaannya dalam berbagai penelitian guna mengestimasi manfaat barang pada suatu lingkungan di sekitar masyarakat. Metode ini kebanyakan di pakai dalam konteks kebijakan lingkungan, dan memiliki keunggulan untuk mengestimasi *non usevalue*.

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

Travel cost method merupakan bagian dalam valuasi ekonomi yang berguna mengetahui analisis atas kelayakan pembangunan serta pengembangan kawasan wisata, analisis rencana perubahan *landuse*, analisis dampak kerusakan dan berguna sebagai penerapan kebijakan dalam menentukan tiket rekreasi agar mempengaruhi permintaan pasar (Fauzi, 2006). Dalam penggunaannya metode biaya perjalanan (TCM) mengaitkan proses analisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) dan prinsip utama yang dikaji ialah biaya yang dikeluarkan masing-masing individu untuk mengunjungi tempat rekreasi. Selain itu, terdapat pengorbanan atas waktu dan uang untuk mendatangi suatu tempat rekreasi, sehingga dapat dikajinya nilai (*value*) yang diberikan konsumen terhadap sumberdaya alam dan lingkungan dimanfaatkan dengan mengetahui kerelaan dari konsumen atas kegiatan tersebut. Perjalanan dari pengunjung objek wisata dapat dihitung biayanya atau yang biasa dikenal dengan harga atau nilai ekonomi. Nilai ekonomi pada suatu objek wisata dapat ditentukan dengan menggunakan metode biaya perjalanan (Fauzi, 2006).

Pendekatan nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan wisata (TCM) dapat meliputi biaya transportasi pulang pergi dari tempat tinggal pengunjung ke tempat rekreasi dan pengeluaran lainnya selama melakukan perjalanan wisata seperti biaya tiket masuk, fasilitas umum, dan konsumsi. Biaya perjalanan merupakan bentuk akumulasi biaya yang dikeluarkan terhadap pengunjung selama melakukan kegiatan rekreasi (Sugiarto, 2007).

Menurut Fauzi (2006) secara prinsip, kajian yang difokuskan dalam metode ini ialah biaya yang dikeluarkan setiap individu dalam mendatangi tempat rekreasi. Kemudian setelah dilakukan kajian pola *ekspenditure* melalui konsumen, dapat diteruskan dengan mengkaji beberapa nilai (*value*) yang memberikan kesempatan kepada konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan yang ada. Pada TCM sendiri dapat dipakai untuk mengestimasi manfaat atau biaya ekonomi yang dihasilkan dari beberapa hal, yaitu:

- a. Biaya akses yang diubah untuk menuju suatu lokasi wisata.
- b. Memilah lokasi wisata yang ada.
- c. Penambahan terhadap lokasi baru yang potensial.
- d. Berubahnya kualitas lingkungan pada suatu lokasi wisata.

Travel Cost Method menurut Fauzi (2006) terdapat dua (2) tipe pendekatan yang dapat digunakan, antara lain :

- a. *Zonal Travel Cost Method* (ZTCM), estimasi TCM didasari pada data yang saling berhubungan dengan zona asal pengunjung, dengan persamaan, yaitu :

$$V_{hj}/N_h = f(Ph_j, SOCh, SUBh) \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- V_{hj}/N_h = tingkat partisipasi zona h (kunjungan perkapita ke lokasi (wisata) j)
 Ph_j = biaya perjalanan dari zona h ke lokasi j
 $SOCh$ = vector dari karakteristik sosial ekonomi zona h
 $SUBh$ = vector dari karakteristik lokasi rekreasi substitusi untuk individu di zona h.

- b. *Individual Travel Cost Method* (ITCM), estimasi CVM berdasarkan data *survey* dari setiap individu (pengunjung), bukan didasari oleh pengelompokan zona. Metode ini lebih didasarkan pada data primer yang akan diperoleh dengan melakukan survei dan teknik statistika. Kelebihan dalam menggunakan metode ini hasil yang lebih akurat dibandingkan metode zonasi. Dalam menentukan hipotesis dibangun berdasarkan *individu travel cost method*, yaitu kunjungan ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan sehingga kurva

permintaan yang memiliki kemiringan yang negatif. Fungsi permintaan ITCM dapat dirumuskan dengan persamaan :

$$V_{ij} = f (c_{ij} , T_{ij} , Q_{ij} , S_{ij} , M_i) \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

- V_{ij} = jumlah kunjungan oleh individu i ke objek wisata j,
 C_{ij} = biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi objek wisata j,
 T_{ij} = biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi objek wisata j,
 Q_{ij} = persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi,
 S_{ij} = karakteristik objek wisata substitusi yang mungkin ada di tempat lain,
 M_i = pendapatan dari individu i

Langkah dalam melakukan kegiatan perjalanan, yaitu menentukan lokasi wisata, menentukan atau mengorbankan waktu rekreasi wisata, membentuk kerangka sampling, membuat model, merancang penelitian dan variabel yang dapat diukur, melakukan survei, menghitung biaya perjalanan dan menganalisis dengan model yang telah dirancang (Fauzi, 2006). Untuk menentukan daerah asal, biaya perjalanan dan berbagai bentuk karakteristik sosial ekonomi lainnya diperlukan survei terhadap para pengunjung.

Menurut Ekwarso, dkk (2010), dalam menghitung biaya perjalanan dapat dituliskan dalam persamaan berikut :

$$BPT = BT + BK + BTM + BS + BATV + BP + BSG \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

- BPT = Biaya perjalanan total per individu (Rp)
 BT = Biaya transportasi perindividu (Rp)
 BK = Biaya konsumsi perindividu (Rp)
 BTM = Biaya tiket masuk perindividu (Rp)
 BS = Biaya sewa ban (Rp)
 $BATV$ = Biaya ATV (Rp)
 BSG = Biaya sewa gazebo
 BP = Biaya parkir

Menurut Fauzi (2006) tujuan dasar dari *Travel Cost Method* (TCM) adalah untuk mengetahui nilai kegunaan dari sumberdaya alam melalui *proxy*.

Biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi jasa dari sumberdaya alam digunakan sebagai *proxy* untuk menentukan harga dari sumberdaya alam tersebut. Langkah melakukan TCM antara lain :

- a. Memilih fasilitas rekreasi
- b. Memilih waktu rekreasi dan musim wisata.
- c. Merancang dan membuat kerangka sampling
- d. Merancang dan membuat model
- e. Mengidentifikasi penelitian termasuk variabel-variabel yang akan diukur
- f. Melakukan survei
- g. Mengkalkulasi biaya perjalanan
- h. Menganalisis dengan model yang telah dirancang dan estimasi *use value* dari rekreasi tersebut

Konsep dasar yang membuat TCM berbeda adalah waktu dan biaya dalam perjalanan yang dibelanjakan oleh masing-masing individu untuk mengunjungi suatu lokasi dapat menjadi cerminan bagi akses ke lokasi, sehingga kesediaan membayar untuk mengunjungi lokasi itu dapat diestimasi menjadi perjalanan yang akan mereka lakukan dengan beragam biaya perjalanan yang dikeluarkan. Hal ini menjadi sebuah analogi dengan estimasi kesediaan membayar (WTP) orang-orang untuk suatu barang dan jasa yang dipasarkan berdasarkan kualitas barang yang diminta pada beragam harga. Pemilihan TCM dalam sebuah penelitian didasari atas keunggulan dan dasar penerapan yang dipertimbangkan.

Menurut Fauzi (2006) keunggulan dan penerapan TCM dibagi menjadi beberapa poin, yaitu:

- a. Keunggulan TCM

TCM dipilih berdasarkan dua alasan utama:

- 1) Lokasi sangat bernilai bagi orang-orang sebagai lokasi wisata yang potensial. Di lokasi ini merupakan salah satu tempat yang tidak

memiliki spesies langka yang akan membuat *non use values* di lokasi ini menjadi signifikan.

- 2) Anggaran dalam merawat serta melindungi lokasi ini relatif terjangkau, sehingga TCM menjadi pertimbangan metode yang sangat menarik.

b. Pemilihan Penerapan TCM

Terdapat beberapa cara dalam mendekati permasalahan yang ada, dengan menerapkan beberapa variasi pendekatan, seperti :

- 1) Pendekatan *zonal travel cost* sederhana, melalui maksimalisasi penggunaan data sekunder dengan sedikit data primer sederhana yang dikumpulkan dari wisatawan yang datang.
- 2) Pendekatan *individual travel cost*, dengan menggunakan survei yang tepat dan lebih detail pada para pengunjung.
- 3) Pendekatan *utilitas random*, dengan menerapkan data survei dan data lainnya, dan teknik statistika yang tepat.

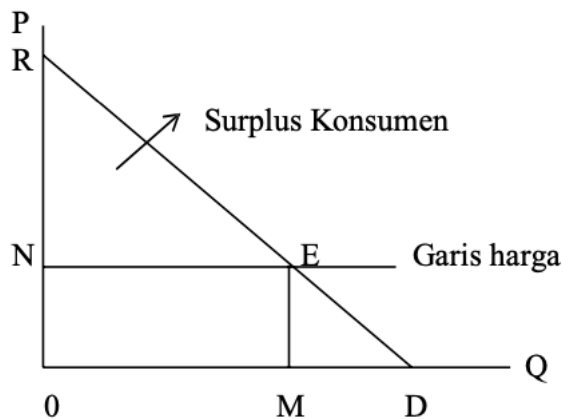
3. Nilai Ekonomi

Penilaian terhadap harga yang diberikan seseorang dapat dipersepsikan sebagai penilaian yang ditujukan pada suatu tempat dan waktu tertentu. Menurut Fauzi (2006) nilai sendiri merupakan bentuk *utility* yang diyakini dalam suatu pengukuran matrik dari sebuah keputusan seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa atau hanya berperan dalam kegiatan yang diperoleh atas kegiatan yang melalui jasa lingkungan. Nilai kegunaan merupakan salah satu indikator yang cukup sulit diukur secara sederhana meskipun dalam kenyataannya sebagian masih dapat diturunkan dari keinginan untuk membayar barang dan jasa yang dibutuhkan. Berdasarkan hal tersebut digunakan untuk mengukur dan menggabungkan nilai ukur yang dapat diterima dalam unit oleh semua pihak yakni nilai moneter dari suatu barang dan jasa tersebut.

Sebuah ekosistem nilai ekonomi dapat dikategorikan sebagai nilai pasar dan *nonpasar*. Nilai pasar dapat dikatakan sebagai nilai barang dan jasa yang

diperoleh dengan cara membayar. Sedangkan nilai *non* pasar lebih ketidaksejajaran umum dalam penjualan dan tidak bisa diturunkan dari harga pasar itu sendiri.

Salah satu hal yang menjadi pertimbangan dalam penilaian nilai ekonomi dari sumber daya alam adalah bagaimana *surplus* yang terlihat dari sumber daya alam yang dimanfaatkan secara maksimal, untuk itu perlu pemahaman mengenai kurva permintaan dan penawaran sehingga konsep *surplus* dapat diturunkan dengan lebih terperinci dan akurat surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar dari hukum *utilitas marginal* yang semakin menurun.



Gambar 4. Kurva Surplus Konsumen
Sumber: Djijono, 2002

Keterangan:

OREM = Total utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total nilai surplus konsumen

Surplus konsumen memberikan gambaran manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkatan rendah. Pada pasar yang berfungsi baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit produk yang diperdagangkan. Secara sederhana, surplus konsumen dapat

diukur sebagai bidang yang terletak di antara kurva permintaan dan garis harga (Djijono, 2002).

4. Pariwisata

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan erat dengan wisata, yang di dalamnya terdapat pengusaha obyek dan daya tarik wisata maupun usaha yang memiliki keterkaitan dibidang tersebut. Pariwisata merupakan suatu bagian langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga menimbulkan berbagai dampak terhadap masyarakat khususnya di obyek wisata tersebut berada (Pitana, 2005).

Secara modern pariwisata adalah kondisi yang didasarkan melalui kebutuhan akan kesehatan, pergantian hawa, penilaian dalam menumbuhkan cinta pada alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta yang disebabkan oleh bertambahnya pergaulan bangsa dan masyarakat sebagai hasil perkembangan perniagaan, industri, perdagangan, dan adanya semakin sempurna alat-alat pengangkutan. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009, Peraturan Pemerintah RI tahun 2009, dan peraturan Pemerintah RI tahun 2010 tentang Kepariwisata dalam Wawan (2015), yang dimaksud dengan:

- a. Wisata adalah rangkaian kegiatan perjalanan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan maksud dan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau menemukan keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara atau sebentar.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah kumpulan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
- d. Kepariwisata adalah rangkaian keseluruhan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan pariwisata dan berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.

- e. Daerah tujuan pariwisata (destinasi Pariwisata) adalah letak satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya Tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, sehingga masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

5. Objek Wisata

Proses membangun objek yang berorientasi pada wisata harus diperhatikan beberapa hal seperti keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, serta wujud objek dan daya tarik wisata itu sendiri. Perkembangan objek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh pemerintah, badan usaha, dan perseorangan. Dalam pembagian jenis objek wisata ciri khas tiap objek wisata akan terlihat. Menurut Fauzi A (2006) objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Objek wisata alam, seperti: gunung, laut, pantai, danau, sungai, fauna (langka), flora (langka), cagar alam, kawasan lindung dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, seperti: musik (tradisional), festival budaya, upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misalnya: taman rekreasi, fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak/akrobatik dan sulap), taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan, dan lain-lain.

6. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan yang menyenangkan atau bentuk kekecewaan seseorang yang diakibatkan karena hasrat dalam menilai dengan membandingkan suatu kinerja yang ditujukan pada suatu produk (atau hasil) terhadap ekspektasi konsumen. Dalam penilaian kinerja, dirasa gagal dalam memenuhi ekspektasi konsumen akan cenderung merasa kecewa atau tidak puas. Namun, jika sebuah kinerja dirasa sesuai dengan ekspektasi seseorang, konsumen akan merasa puas. Jika dalam suatu kinerja

dapat pada posisi melebihi derajat kepuasan dan ekspektasi, maka konsumen akan sangat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2008). Sumarwan (2015) mengidentifikasi bahwa dalam kepuasan atau ketidakpuasan seorang konsumen merupakan sebuah dampak yang bersumber dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian yang sesungguhnya diperoleh pelanggan melalui produk atau jasa tersebut. Tjiptono dan Diana (2015) mengemukakan pendapat bahwa terdapat lima aspek yang menerangkan tentang kepuasan yaitu :

- a. *Expectations* (harapan) merupakan harapan konsumen dalam menilai tentang apa yang akan diterima dari sebuah produk yang diberikan.
- b. *Performance* (kinerja) merupakan penilaian yang dirasakan konsumen terhadap kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dengan melihat dimensi tingkat kepentingan konsumen.
- c. *Comparison* (perbandingan) merupakan penilaian yang dilakukan setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja secara aktual dibandingkan oleh konsumen.
- d. *Confirmation* atau *disconfirmation* merupakan suatu penegasan dari sebuah harapan konsumen, dengan mempertimbangkan apakah harapan setelah membeli dengan persepsi awal ketika membeli sama atau tidak.
- e. *Discrepancy* (ketidaksesuaian) merupakan diskonfirmasi yang negatif dalam menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besarnya ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Lupiyoadi (2001), berpendapat bahwa terdapat lima faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus dipertimbangkan yaitu :

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas ketika mereka menunjukkan penggunaan produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan dan jasa, yaitu penilaian konsumen terhadap apa yang dirasakan terhadap pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan.
- c. Emosi, yaitu rasa bangga dan pendapat keyakinan konsumen bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan

merek tertentu dengan kecenderungan akan lebih bangga atau merasa memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- d. Harga, yaitu kualitas yang sama dengan harga yang lebih murah akan memberikan penilaian yang lebih tinggi kepada konsumen.
- e. Biaya, yaitu konsumen tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan kecenderungan akan merasa puas terhadap produk atau jasa yang didapatkan.

Berdasarkan faktor utama kepuasan konsumen yang telah diuraikan sebelumnya, Kotler (2005), menyatakan bahwa ciri-ciri seorang konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut :

- a. Loyal terhadap produk. Konsumen akan mempertimbangkan membeli ulang produk tersebut dari tempat atau produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi melalui prantara mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi seperti ini merupakan ciri penilaian konsumen terhadap produk yang secara tidak langsung memberitakan hal baik yang didapatkan konsumen terhadap suatu produk kepada konsumen lain.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama dalam membeli atau menggunakan produk lain. Ketika konsumen ingin membeli produk lain, maka perusahaan akan mempertimbangkan atau membandingkan produk tersebut dengan produk diperusahaan yang menurutnya baik.

7. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Menurut Supranto (2011), *Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan sebuah metode analisis yang dalam kenyataannya digunakan sebagai pengukuran indeks kepuasan konsumen yang melihat pada keterkaitan antara suatu merek dan produk. Penggunaan CSI untuk melihat persentase kepuasan responden terhadap produk atau jasa. Dengan kata lain, metode ini menjadi gambaran bagaimana kemungkinan seseorang pelanggan mempertimbangkan untuk beralih keproduk lain yang dianggap lebih baik, dengan pertimbangan jika produk tersebut terjadi perubahan dalam hal

harga pelayanan maupun atribut lain yang menyebabkan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen terhadap produk tersebut menjadi lebih besar. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap variabel
2. Membuat *Weight Factors* (WF) per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variabel
3. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut
4. Membuat *Weight Score* (WS_k) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF_k dengan MSS_k
5. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WS_k}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots (5)$$

8. Biaya

Menurut Hasan dalam Riamawahyu (2011), biaya sangat berkenaan dengan harga yang dikeluarkan, sehingga harga sendiri merupakan suatu biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan yang dikombinasi dari barang dan pelayanan yang diberikan atas suatu produk. Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan salah satu strategi untuk membedakan dari pesaing.

Menurut Tjiptono dalam Riamawahyu (2011), biaya yang dikeluarkan memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan bagi para pembeli yaitu :

- a. Peran alokasi, yaitu fungsi biaya dalam bentuk harga guna menunjang konsumen dalam memutuskan untuk menentukan cara dalam memperoleh manfaat yang sangat diharapkan berdasarkan pembelian yang dilakukan. Dengan demikian dengan adanya biaya yang dikeluarkan melalui sejumlah harga dapat membantu konsumen dalam memutuskan

mengalokasikan dana yang dikehendaki terhadap suatu barang atau jasa guna terpenuhinya kepuasan.

- b. Peranan informasi, biaya yang dikeluarkan berguna mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Sebab seringkali persepsi yang berlaku bahwa semakin mahal biaya akan sebanding dengan kualitas yang tinggi.

B. Penelitian Terdahulu

Al Khoiriah, Prasmatiwi, dan Affandi (2017), melakukan penelitian dengan judul *Valuasi Ekonomi dengan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran*. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis biaya perjalanan (TCM). Hasil yang didapatkan pada penelitian ini, rata-rata biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung adalah sebesar Rp459.726,00. Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi yaitu biaya paket wisata, dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan sebesar Rp344.092,00. Sedangkan alokasi biaya perjalanan terendah yaitu biaya lain-lain dengan rata-rata sebesar Rp13.503,00. Faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan responden taman wisata Pulau Pahawang adalah jarak dan biaya perjalanan (*travel cost*). Nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang jika dikuantitatifkan dari nilai total kekayaan yang terkandung di dalamnya secara keseluruhannya adalah Rp6,944 triliun.

Dayanara dan Emi (2017), melakukan penelitian dengan judul *Peran Objek Wisata Slanik Waterpark Lampung Selatan Terhadap Pengunjung dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Setempat*. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kuantitatif. Hasil yang didapatkan yaitu peran terhadap pengunjung memberikan peran yang baik karena dapat disajikan bahwa peran objek wisata terhadap pengunjung memberikan peran yang positif seperti kepuasan pengunjung yang merasa puas dengan kebersihan, ketersediaan fasilitas, serta keamanan di Objek Wisata Wisata River Tubing Bronjong. Selanjutnya, peran objek wisata Slanik Waterpark terhadap masyarakat setempat memberikan

peran yang baik, karena dapat disajikan bahwa pelaku usaha dalam kawasan menerima hadirnya objek wisata Slanik Waterpark karena banyak penyerapan tenaga kerja yang terserap.

Fitriana, Abidin, dan Hendaryato (2017), melakukan penelitian dengan judul Estimasi Permintaan dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. Metode penelitian yang digunakan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, regresi *Poisson*, biaya perjalanan dan *partial least square*. Hasil yang didapatkan dari kegiatan penelitian ini frekuensi kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk dipengaruhi oleh biaya perjalanan, umur, pendapatan, keadaan hutan mangrove, fasilitas, pelayanan, daya tarik dan hari kunjungan wisata. Nilai ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk adalah Rp10.606.271.602 per tahun. Daya tarik wisata Taman Wisata Alam Angke Kapuk dipengaruhi secara langsung oleh keindahan dan secara tidak langsung dipengaruhi oleh kesejukan dan kebersihan.

Arifa, Abidin, dan Marlina (2019), melakukan penelitian dengan judul Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. Dalam melakukan penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif, analisis biaya perjalanan, analisis regresi linear berganda, dan biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*). Hasil yang didapatkan dari kegiatan penelitian ini. Biaya perjalanan yang dikeluarkan adalah sebesar Rp341.563,39/individu/kunjungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan kawasan wisata Wisata River Tubing Bronjong adalah jarak, umur, dan biaya perjalanan (*travel cost*). Nilai ekonomi kawasan wisata Wisata River Tubing Bronjong menggunakan metode *Travel Cost Method* sebesar Rp80.503.202.900,00,00 pertahun.

Nanin dan Subari (2020), melakukan penelitian dengan judul Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. Dalam penelitian ini menggunakan 2 pendekatan, yaitu harga pasar dan *Travel Cost Method*. Hasil penelitian ini adalah, pertama nilai manfaat langsung dari harga jual 90 batang pohon waru dan pasir putih pantai sebesar Rp.301.800,000/tahun, kedua nilai

manfaat langsung sebesar Rp.63.589.093.000/tahun, dan yang ketiga nilai total ekonomi Wisata Pantai Pasir Putih sebesar Rp. 63.890.893.000/tahun.

Titan (2020), melakukan penelitian dengan judul Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten. Pendekatan *Contingent Valuation Method* dan *Travel Cost Method*. Hasil dari TCM menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan adalah pendidikan dan lamanya kunjungan. Nilai potensi ekonomi dari kegiatan wisata di Tanjung Kait berdasarkan metode TCM mencapai Rp 3,272,524,846.00/tahun. Hasil dari CVM menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar wisatawan adalah edukasi. Nilai potensi ekonomi dari kegiatan wisata di Tanjung Kait berdasarkan metode CVM mencapai Rp 2,254,934,539.00/tahun.

Terdapat 6 penelitian terdahulu yang membahas mengenai valuasi ekonomi yang berbeda-beda tempat atau lokasi wisata yang ada di Indonesia. Dari 6 penelitian terdahulu tersebut yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah lokasi wisata yang terletak di objek wisata River Tubing Bronjong yang berlokasi di Pesawaran. Potensi wisata yang terdapat di Kabupaten Pesawaran memberikan dampak positif seperti sikap pengunjung terhadap biaya yang dikeluarkan selama berwisata dinilai sangat terpengaruhi dan sebanding dengan apa yang didapatkan selama berwisata akan menimbulkan wisatawan berkunjung kembali sehingga menguntungkan bagi pendapatan dan kesejahteraan masyarakat maupun pendapatan daerah. Penelitian variabel yang digunakan untuk menganalisis adalah jarak, umur, pendidikan pendapatan, total biaya, lama perjalanan, hari kunjungan, keadaan wisata. yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *travel cost* yang terlebih dahulu dikaji melalui penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan yang berpengaruh secara signifikan dapat disajikan pada Tabel 2.

Pada Tabel 2 dijelaskan faktor-faktor frekuensi kunjungan wisatawan yang berpengaruh nyata atau signifikan terhadap penelitian yang dilakukan. Dalam

kajian penelitian terdahulu faktor yang paling banyak memengaruhi frekuensi kunjungan adalah umur dengan 4 peneliti yang menandakan faktor tersebut berpengaruh secara nyata. Faktor berikutnya adalah biaya perjalanan, pendapatan dan jarak dengan 3 peneliti yang menunjukkan faktor tersebut berpengaruh secara signifikan. Faktor lainnya kebersihan dan keamanan dengan 2 peneliti dan sisanya menjadi faktor yang tidak terlalu sering muncul pada penelitian terdahulu mengenai jumlah kunjungan.

Tabel 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan

No	Penulis	Faktor yang memengaruhi Frekuensi kunjungan	
1.	(Al Khoiriah dkk, 2017)	a) Umur b) Biaya perjalanan	c) Jarak
2.	(Dayanara dkk, 2017)	a) Kebersihan b) Keamanan	
3.	(Fitriana dkk, 2017).	a) Biaya perjalanan b) Pendapatan c) Fasilitas	d) Umur e) Hari kunjungan
4.	(Arifa dkk, 2019).	a) Jarak b) Umur	c) Biaya perjalanan
5.	(Nanin dkk 2020)	a) Biaya Perjalanan b) Jumlah Kunjungan	c) Permintaan Kunjungan
6.	(Titan dkk. 2020)	a) Total Biaya yang dikeluarkan selama perjalanan b) Umur c) Pendidikan	d) Jumlah Tanggungan e) Pengeluaran f) Rombongan g) Durasi kunjungan

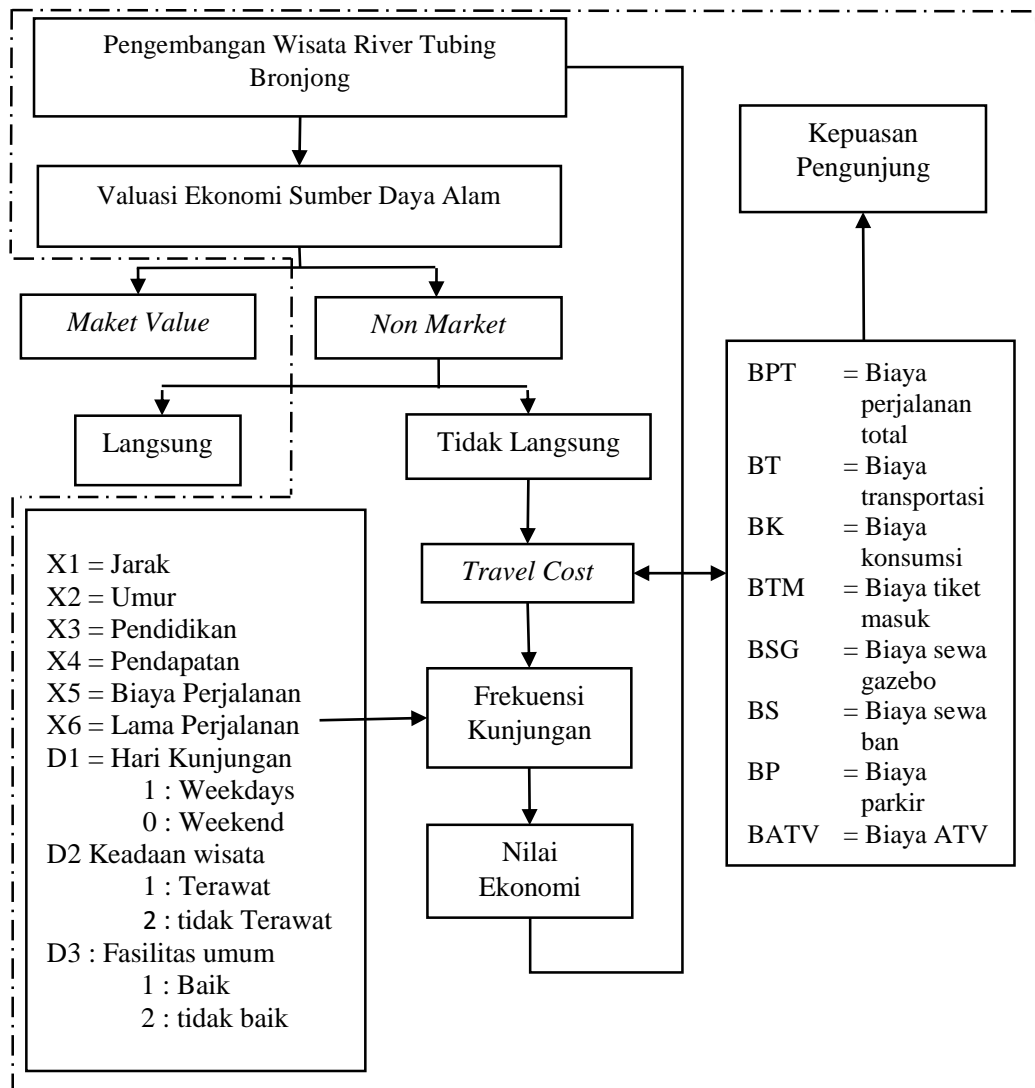
C. Kerangka Pemikiran

Objek Wisata River Tubing Bronjong merupakan salah satu objek wisata alam yang terdapat di Pesawaran. Wisata River Tubing Bronjong ini berada di sungai Way Padang Ratu, Wisata Bronjong Way Lima, Desa Cipadang Kecamatan Gedong Tataan. Seiring berjalannya waktu destinasi wisata ini mendapat sambutan yang baik di masyarakat hal ini terbukti dengan dampak signifikan di daerah sekitar objek wisata yang mulai bermunculan warung, tukang tambal ban, dan sarana prasarana lainnya yang mendukung.

Nilai ekonomi River Tubing Bronjong dihitung menggunakan pendekatan biaya perjalanan *Travel Cost Method* (TCM), yaitu dengan menghitung biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung ke River Tubing Bronjong yang terlebih dahulu menghitung surplus konsumen perindividu perkunjungan. Biaya perjalanan tersebut meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya sewa ban, hari kunjungan, keadaan wisata dan sewa gazebo yang kemudian digunakan sebagai atribut untuk mengetahui tingkat kepuasan yang menggunakan metode analisis CSI yang melihat tingkat kepentingan dan kenyataan wisatawan atas biaya yang dikeluarkan ketika berkunjung ke River Tubing Bronjong.

Nilai ekonomi River Tubing Bronjong dalam pertahunnya dapat dihitung dari jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke objek wisata ini. Jumlah kunjungan wisatawan River Tubing Bronjong dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, hari kunjungan, keadaan wisata, dan fasilitas wisata, hal ini berhubungan erat dengan kenyamanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan yang akan meningkatkan daya tarik dan minat wisatawan berkunjung. Sebaliknya dalam pemberian pelayanan yang kurang baik akan mengurangi minat dan kenyamanan pengunjung selama melakukan kegiatan wisata.

Fasilitas dan pelayanan yang baik dari kegiatan wisata disuatu wilayah akan memicu kunjungan dan secara tidak langsung akan menimbulkan kegiatan perekonomian antara wisatawan dan masyarakat lokal. Masyarakat lokal akan sangat terbantu dengan terciptanya lapangan kerja dan sarana umum yang semakin baik sehingga memudahkan dalam berkegiatan serta mampu meningkatkan pendapatan karena terdapatnya lapangan kerja.



Keterangan :

----- = Bagian yang dianalisis

Gambar 5. Bagan alir valuasi ekonomi River Tubing Bronjong

D. Hipotesis

Diduga jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, hari kunjungan, keadaan wisata, dan fasilitas umum berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke objek Wisata River Tubing Bronjong

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis valuasi ekonomi wisata River Tubing Bronjong adalah metode survei. Metode survei merupakan metode yang digunakan dengan mengumpulkan informasi secara terorganisir dan mengiringi metode ilmiah tentang bentuk karakteristik dari semua atau sebagian dalam suatu populasi dengan perhitungan yang tepat melalui konsep, metode dan prosedur yang telah baku dan mengelompokkan informasi tersebut menjadi gabungan dalam suatu bentuk ringkasan yang berguna (Asra, Irwan, dan Purwoto, 2015). Metode survei adalah suatu metode yang menggunakan kuesioner sebagai bahan pengumpulan data yang diinginkan. Metode survei bertujuan untuk memperoleh informasi dan data pendukung tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2009). Penelitian ini dilakukan dengan metode *Cross-Sectional*, dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode hari, minggu, atau bulan (Sekaran, 2017).

B. Definisi Operasional

Konsep dasar penelitian merupakan gambaran mengenai variabel yang akan diteliti guna mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dan dilakukannya analisis data yang berhubungan dengan penelitian.

Valuasi ekonomi adalah upaya yang digunakan dalam memberikan nilai kuantitatif terhadap barang maupun jasa yang diperoleh dengan mempertimbangkan perhitungan terhadap nilai surplus konsumen yang

didapatkan dari pengunjung pada saat berwisata melalui sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas pasar (*Market Value*) maupun non pasar (*Non Market Value*).

Nilai Ekonomi adalah besarnya nilai atau harga yang dirasakan oleh pengunjung terhadap manfaat tidak langsung dari Wisata River Tubing Bronjong yang di dapat dari hasil perkalian surplus konsumen per individu pertahun dengan rata-rata kunjungan per tahun.

Kepuasan konsumen merupakan sebuah langkah dalam memberikan penilaian dengan melihat perasaan konsumen dalam menilai atau membandingkan suatu kinerja dengan melihat faktor keterkaitan dengan kesesuaian harga atau biaya yang ditunjukkan pada suatu produk dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan atas atribut yang didasarkan pada rasa sangat penting, penting, cukup penting, tidak penting dan sangat tidak penting dengan membandingkan pada tingkat kenyataan apakah sudah sesuai yang diharapkan oleh konsumen atau wisatawan tersebut yang kemudian dianalisis menggunakan CSI untuk mengetahui tingkat kepuasan yang didapatkan wisatawan.

Daya tarik wisata adalah persepsi pengunjung atas segala atribut yang melekat pada objek wisata River Tubing Bronjong sehingga membuat pengunjung menilai bahwa lokasi tersebut merupakan lokasi yang menarik untuk dikunjungi.

Permintaan wisata adalah jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata River Tubing Bronjong pada tingkat harga tertentu yang dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam kurun waktu tertentu.

Batasan operasional dari variabel yang diukur dalam penelitian yang berhubungan dengan frekuensi kunjungan Wisata River Tubing Bronjong. dapat disajikan pada Tabel 3. Sedangkan batasan operasional yang berhubungan dengan Wisata River Tubing Bronjong dapat disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Satuan
1	Biaya perjalanan	Jumlah uang/biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi pulang-pergi, ongkos sewa kendaraan, bensin, konsumsi, penginapan, parkir, biaya dokumentasi, biaya kebersihan, biaya kamar mandi, biaya paket wisata, dan biaya lain-lain. Biaya perjalanan dibedakan menjadi 3 tipe yaitu individu, berkelompok, dan keluarga.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)
2	Tingkat Pendidikan	Pendidikan formal terakhir yang ditempuh oleh pengunjung.	Tahun (Thn))
3	Umur	Usia pengunjung saat melakukan wawancara dengan kriteria usia harus diatas 17 tahun.	Tahun (Thn)
4	Pendapatan	Jumlah seluruh gaji atau uang saku yang diterima oleh pengunjung.	Rupiah per bulan (Rp/Bln)
5	Jarak	Jarak dari tempat tinggal pengunjung kelokasi daerah tujuan wisata.	Kilometer (km)
6	Lama Perjalanan	Waktu yang dibutuhkan oleh pengunjung untuk sampai ke tempat wisata	Jam (jm)
7	Hari kunjungan	Hari pengunjung melakukan kunjungan. Hari kunjungan dikelompokkan menjadi 2 yaitu weekdays dan weekend	D1 = 1 (Weekend) D1 = 0 (Weekdays)
8	Keadaan wisata	Pendapat pengunjung terhadap keadaan yang ada di River Tubing Bronjong	D2=1 (terawat) D2=0 (tidak terawat)
	Fasilitas umum	Persepsi yang dimiliki oleh setiap responden mengenai keadaan fasilitas umum yang tersedia	D3 = 1 (baik) D3 = 0 (tidak baik)

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan di Wisata River Tubing Bronjong. Lokasi penelitian dipilih secara purposive dengan pertimbangan bahwa lokasi ini menjadi objek wisata air di Kabupaten Pesawaran. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata River Tubing Bronjong. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Responden pada penelitian ini memiliki beberapa kriteria yaitu masyarakat yang pernah berkunjung ke Wisata River Tubing Bronjong, bersedia menjadi responden, sudah bekerja dan memiliki pendapatan, serta

berusia di atas 17 tahun. Jumlah pengunjung wisatawan tahun 2021 disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata River Tubing Bronjong tahun 2021

No.	Bulan	Jumlah Kunjungan (orang)
1.	Januari	350
2.	Februari	1.250
3.	Maret	1.345
4.	April	1.100
5.	Mei	1.500
6.	Juni	945
7.	Juli	850
8.	Agustus	998
9.	September	1.000
10.	Oktober	1.200
Jumlah		10.538
Rata-rata		1.054

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa rata-rata pengunjung wisatawan di Wisata River Tubing Bronjong tahun 2021 sebesar 1.054 orang. Sehingga diperoleh penentuan ukuran dalam sampel menggunakan rujukan rumus pada teori Issac dan Michael (1995), yaitu:

$$n = \frac{NZ^2 S^2}{Nd^2 + Z^2 S^2} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

S² = Variasi sampel (10% = 0,1)

Z = Tingkat kepercayaan (95% = 1,96)

d = derajat penyimpangan (10% = 0,1)

$$n = \frac{1.054 (1,96)^2 (0,1)}{1.054 (0,1)^2 + (1,96)^2 (0,1)}$$

n = 57,1 = 58 orang

Jumlah sampel yang telah dihitung diperoleh jumlah responden pengunjung Wisata River Tubing Bronjong yang akan diteliti sebanyak 58 orang. Waktu pengambilan data dilakukan Bulan Desember 2021 – Januari 2022.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer ialah informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi (Sekaran dan Bougie, 2017). Data primer diperoleh langsung dari responden yang telah memberikan jawaban atas kuisioner yang disebarkan secara langsung kepada responden yang berkunjung ke Wisata River Tubing Bronjong.

Data sekunder ialah informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada (Sekaran dan Bougie, 2017). Peneliti mengambil beberapa referensi buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel dan topik penelitian, serta sumber lain yang dapat mendukung penelitian ini.

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan

Untuk menganalisis tujuan pertama, menggunakan analisis biaya perjalanan dengan tujuan menganalisis biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung Wisata River Tubing Bronjong. Biaya perjalanan adalah pengeluaran biaya secara keseluruhan yang dikeluarkan oleh pengunjung objek wisata dalam satu kali perjalanan antara lain biaya transportasi, biaya tiket masuk, konsumsi, biaya sewa ban dan biaya ATV. Secara keseluruhan dapat dihitung dengan rumus berikut.

$$\text{BPT} = \text{BT} + \text{BK} + \text{BTM} + \text{BS} + \text{BATV} + \text{BP} + \text{BSG} \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

BPT	= Biaya perjalanan total per individu (Rp)
BT	= Biaya transportasi perindividu (Rp)
BK	= Biaya konsumsi perindividu (Rp)
BTM	= Biaya tiket masuk perindividu (Rp)
BS	= Biaya sewa ban (Rp)
BATV	= Biaya ATV (Rp)
BSG	= Biaya sewa gazebo
BP	= Biaya parkir

Setelah dilakukan perhitungan biaya perjalanan dilakukan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui variabel dependen yaitu frekuensi kunjungan yang digunakan mempengaruhi variabel independen.

Pengunjung yang datang ke Wisata River Tubing Bronjong dikategorikan menjadi tipe pengunjung sendiri, keluarga dan kelompok. Fungsi dari analisis regresi berganda sebagai pengolah data variabel yang digunakan apakah memiliki keterikatan. Variabel bebas (Jarak, umur, pendidikan, pendapatan, total biaya perjalanan, lama perjalanan) dan dummy (fasilitas hari kunjungan dan keadaan) dipilih untuk diuji dengan regresi linear berganda untuk bertujuan mengetahui pengaruh variabel bebas dan dummy terhadap jumlah kunjungan Wisata River Tubing Bronjong. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 D_1 + \beta_8 D_2 + \beta_9 D_3 + e_i \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan :

B = regression coefficient

Y = Frekuensi kunjungan (kali/tahun)

X₁ = Jarak tempat tinggal dengan lokasi wisata (km)

X₂ = Umur (thn)

X₃ = Pendidikan (thn)

X₄ = Pendapatan (Rp/bulan)

X₅ = *Travel cost* (biaya perjalanan) (Rp/kunjungan)

X₆ = Lama perjalanan(jam)

D₁ = Hari Kunjungan

1 : *Weekend*

0 : *Weekdays*

D₂ = Keadaan

1 : Terawat

0 : Tidak terawat

D₃ = Fasilitas umum

1 : Baik

0 : Tidak baik

Variabel terikat yaitu variabel Y merupakan variabel diskrit sehingga perlu dilakukan transformasi terhadap variabel Y, dengan rumus :

$$\hat{Y} = \frac{Y - \bar{Y}}{\sigma} \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan:

\hat{Y} = Variabel Y setelah ditransformasi

\bar{Y} = Y rata-rata

σ = Standar deviasi

a. Uji asumsi klasik

Sebelum dilakukan uji regresi Regresi linear berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik meliputi:

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan variabel-variabel independen yang berhubungan linear sempurna. Uji ini dilakukan sebagai analisis untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik tidak akan terjadi korelasi diantara variabel independen.

Pendeteksian multikolinearitas dalam suatu model dapat diketahui melalui nilai *Variance Inflation faktor* (VIF) pada masing masing *variable independent*. Untuk model yang bermasalah memiliki nilai VIF melebihi 10. Selain itu terdapat cara lain untuk mengetahui multikolinearitas adalah dengan menggunakan perbandingan F_i dan F hitung (Pramudhito, 2010). Kriteria pengambilan keputusan.

- 1) Jika $F \text{ hitung} > F_i$, maka kolinearitas masing-masing variabel bebas terdapat hubungan.
- 2) Jika $F \text{ hitung} < F_i$, kolinear antar variabel tidak terdapat hubungan.

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian tidak sama antara variabel dalam semua pengamatan. Sehingga model persamaan yang diperoleh dari suatu penelitian terkadang terdapat masalah heteroskedastisitas. Konsekuensi yang akan dialami dari heteroskedastisitas yaitu salah satunya dalam pendugaan OLS tidak lagi menjadi efisien. Uji ini dapat dideteksi dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan melakukan regresi nilai

standar residual atas variabel bebas dalam suatu model yang diteliti dengan menggunakan *eviews*. Jika pada uji *glejser* diketahui nilai signifikan apabila nilainya lebih besar dari taraf nyata yang dipakai (α) 0,05 atau 5% maka model tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika *prob chi square* lebih kecil dari taraf nyata yang dipakai (α) maka model tersebut terjadi masalah heteroskedastisitas.

Untuk melakukan uji hipotesis atas dugaan yang dibuat pada penelitian yang dilakukan di objek wisata River Tubing Bronjong yaitu dengan menggunakan.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 dapat dihitung langsung dari data bersamaan dengan koefisien regresi. Kegunaan dari koefisien determinasi R^2 adalah untuk mengukur tingkat ketepatan yang paling baik dari analisis regresi. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas (jarak, umur, pendidikan, pendapatan atau uang saku, biaya perjalanan, lama perjalanan, hari kunjungan, keadaan wisata, dan fasilitas umum) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (frekuensi kunjungan) sangat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2011).

b. Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan melihat tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah :

- 1) H_0 : variabel-variabel bebas yaitu jarak, umur, pendidikan, pendapatan, secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Wisata River Tubing Bronjong.
- 2) H_1 : variabel-variabel bebas yaitu total biaya perjalanan, lama perjalanan, hari kunjungan, keadaan wisata, fasilitas umum secara

bersama-sama berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Wisata River Tubing Bronjong. Dalam menentukan uji F, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{R^2}{(n-1)}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k)}} \dots\dots\dots(9)$$

R^2 = Koefisien determinasi
 n = jumlah data
 k = jumlah variabel independen

Menurut Ghozali (2011) dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu.

- a) Jika probabilitas signifikansi $> 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b) Jika probabilitas signifikansi $< 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

c. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Pengaruh secara parsial pada setiap variabel bebas dapat disajikan melalui ini apakah signifikan atau tidaknya koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas yang sinkron. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t parsial ada dua yaitu dengan melihat nilai signifikansi (sig) dan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel.

Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah :

- 1) H_0 : variabel-variabel bebas yaitu jarak, umur, pendidikan, pendapatan secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke Wisata River Tubing Bronjong.
- 2) H_1 : variabel-variabel bebas yaitu biaya total perjalanan total, lama perjalanan, hari kunjungan, keadaan, fasilitas secara parsial berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke kawasan Wisata River Tubing Bronjong.

Dalam menentukan uji t, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \dots \dots \dots (9)$$

- X_1 = nilai rata-rata pada kumpulan data pertama
 X_2 = nilai rata-rata dari kumpulan data kedua
 N_1 = jumlah ulangan atau data pada kumpulan data pertama
 N_2 = jumlah ulangan atau data pada sekumpulan data kedua
 S = standar deviasi

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikasi (sig) yaitu :

- 1) Jika nilai signifikasi (sig) < probabilitas 0,1 maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau H1 diterima dan H0 ditolak.
- 2) Jika nilai signifikasi (sig) > probabilitas 0,1 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau H1 ditolak dan H0 diterima.

2. Analisis Nilai Ekonomi

Untuk menganalisis tujuan kedua pada penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan dengan menghitung nilai surplus konsumen per individu per tahun. Menurut Fauzi (2014) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SK = \frac{v^2}{2\beta_1} \dots \dots \dots (9)$$

Keterangan:

- SK = Surplus Konsumen (Rp/orang)
 V = Jumlah Kunjungan Responden (kali/tahun)
 B_1 = Koefisien Biaya Perjalanan (TC)

Koefisien biaya perjalanan merupakan nilai koefisien biaya perjalanan yang dihasilkan dari fungsi permintaan yang dianalisis menggunakan regresi.

Formulasi nilai ekonomi total menggunakan teori Marsinko dkk (2002) sebagai berikut :

$$EV = SK \times TP \dots \dots \dots (10)$$

Keterangan :

EV	= Nilai ekonomi kawasan wisata dalam satu tahun (Rp/tahun)
SK	= Surplus konsumen pengunjung per individu/kunjungan (Rp/orang)
TP	= Total rata-rata kunjungan per tahun (orang)

3. Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Atribut Biaya

Untuk menganalisis tujuan yang ketiga digunakan analisis *costumer satisfaction index* (CSI), yang merupakan bentuk pengukuran konsumen yang melihat keterkaitan kepada suatu merek dan produk. Metode analisis (CSI) digunakan untuk melihat tingkat persentase kepuasan responden terhadap produk atau jasa, yang kemudian menjadi gambaran kemungkinan seorang pelanggan beralih ke produk lain, jika terjadi perubahan pada produk tersebut, baik harga pelayanan maupun atribut lain yang menyebabkan biaya yang dikeluarkan terhadap produk tersebut menjadi lebih besar (Supranto, 2011).

Tabel 5. Skor tingkat kepentingan dan tingkat kenyataan

	Kriteria Jawaban	Skor
SkorTingkat Kepentingan	Sangat Tidak Penting	1
	Tidak Penting	2
	Penting	3
	Cukup Penting	4
	Sangat Penting	5
	Kriteria Jawaban	Skor
Skor Tingkat Kenyataan	Sangat Mahal	1
	Mahal	2
	Cukup Murah	3
	Murah	4
	Sangat Murah	5

Sumber: Supranto, 2006.

Atribut yang digunakan sebagai objek pengukuran yaitu biaya perjalanan total per orang, biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya sewa ban, biaya parkir, dan biaya ATV. Tahap dalam pengukuran CSI yaitu:

- Menghitung *Weighting factor* (WF), mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kinerja

seluruh atribut dengan total 100 persen. *Weighting Factor* adalah fungsi yang digunakan dari suatu rata-rata skor kepentingan (RSP-i) dengan masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total rata-rata tingkat kepentingan (RSP-i) untuk seluruh atribut yang akan diuji.

b. Cara menghitung Indeks kepuasan konsumen sebagai berikut:

1) Menghitung *Weighted Score* (WS)

$$\text{Weighted Score} = \text{RSK} \times \text{WF} \dots \dots \dots (10)$$

2) Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menunjukkan semua *Weighted Score* (WS) dengan semua atribut produk.

3) Menghitung Indeks Kepuasan Konsumen, yaitu *Weighted Total* (WT) dibagi skala maksimal (*Highest Scale/HS*), yaitu skala likert 5 dikalikan 100%.

$$\text{CSI} = \frac{\text{WT}}{\text{HS}} \times 100\% \dots \dots \dots (11)$$

Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat disajikan pada kriteria tingkat kepuasan konsumen pada Tabel 6.

Tabel 6. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Rentang Skala	Interpretasi
0,00 - 0,21	Sangat Tidak Puas
0,21 - 0,40	Tidak Puas
0,40 - 0,60	Cukup Puas
0,60 - 0,80	Puas
0,80 - 100	Sangat Puas

Sumber : Supranto, 2006.

Setelah dilakukan penginputan data dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk menilai sejauh mana data dan pertanyaan dalam kuisisioner dapat dimengerti oleh responden. Pengujian dilakukan terhadap 58 responden yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mengetahui setiap bulir pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner tersebut sah (*valid*) dan handal (*reliable*).

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat (*valid*) pada kuisisioner. Falisitas tercapai apabila dalam

pertanyaan yang diajukan mengungkapkan apa yang diinginkan. Cara untuk menguji keabsahannya dengan mengoreksi setiap atribut dengan membandingkan total atribut yang ada. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel yang disajikan terlebih dahulu nilai N atau jumlah responden yang ada, jika r hitung r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2011).

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan apakah suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. uji ini menunjukkan tingkat kereliabelan dari atribut-atribut yang diajukan pada responden dalam kuisisioner. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dikatakan reliabel dengan standar dapat diterima jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6 (Ghozali, 2011). Pengolahan data menggunakan SPSS 16.0.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Wisata River Tubing Bronjong

Wisata River Tubing Bronjong merupakan objek wisata yang dibangun dari aliran sungai yang berada di dekat PTPN. Wisata River Tubing Bronjong dibentuk pada tanggal 5 Mei 2020 atas adanya inisiatif dari pokdarwis untuk mengembangkan potensi yang ada di daerah tersebut. Kondisi alamnya yang indah serta kehidupan masyarakatnya yang masih menjunjung tinggi adat istiadat yaitu pepadun dan sai batin yang membuat River Tubing Bronjong ini semakin hari semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan. Para wisatawan yang berkunjung sebagian besar melakukan aktivitas sungai seperti berjemur, memancing, berenang ataupun arum jeram atau hanya sekedar menikmati indahnya suasana sungai.

Kabupaten Pesawaran memiliki tujuh wilayah kecamatan yaitu Kecamatan Padang Cermin, Kecamatan Punduh Pidada, Kecamatan Kedondong, Kecamatan Way Lima, Kecamatan Gedong Tataan, Kecamatan Negeri Katon, dan Kecamatan Tegineneng. Pada tahun 2012 kecamatan di Kabupaten Pesawaran bertambah lagi yaitu Kecamatan Marga Punduh, Way Ratai, Teluk Pandan dan Way Khilau. Sehingga jumlah kecamatan di Kabupaten Pesawaran totalnya menjadi 10 kecamatan.

B. Letak Geografis

Luas Kabupaten Pesawaran secara keseluruhan adalah 117.377 hektar. Batas wilayah administrasi Kabupaten Pesawaran adalah:

- a. Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah
- b. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Teluk Lampung Kabupaten Tanggamus
- c. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus
- d. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Lampung Selatan dan Kota Bandar Lampung

Secara geografis wilayah Kabupaten Pesawaran terletak pada posisi $5^{\circ}10'$ - $5^{\circ}50'$ Bujur Timur dan antara 105° - $105^{\circ}20'$ Lintang Selatan. Topografi wilayah bervariasi antara dataran rendah dan dataran tinggi, yang sebagian merupakan daerah perbukitan sampai pegunungan dengan ketinggian dari permukaan laut antara 19 sampai dengan 162 meter. Kondisi geografis Kabupaten Pesawaran tersebut menjadikan Kabupaten Pesawaran memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, mulai dari pemandangan alam yang penuh pesona serta produk hasil pertanian, perkebunan, dan kehutanan yang melimpah.

C. Kondisi Demografi

Wilayah Kabupaten Pesawaran memiliki luas $1.173,77 \text{ km}^2$ dengan kepadatan penduduk mencapai $504.567 \text{ jiwa/km}^2$. Mata pencaharian pokok sebagian besar penduduknya adalah bertani. Penduduk kabupaten Pesawaran sebagian besar berada pada kelompok usia produktif, yaitu pada kisaran 15 – 65 tahun (65,87 %). Perkembangan jumlah penduduk di Kabupaten Pesawaran berdasarkan kecamatan dapat disajikan pada Tabel 7. Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa Kecamatan Gedong Tataan merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk tertinggi di Kabupaten Pesawaran sebesar $109.395 \text{ jiwa/km}^2$ dan Kecamatan Marga Punduh memiliki jumlah penduduk terendah dibandingkan dengan kecamatan lainnya sebesar 16.699 jiwa/km^2 .

Tabel 7. Jumlah penduduk di Kabupaten Pesawaran

No	Kecamatan	Penduduk (jiwa/km ²)
1.	Punduh Pidada	16.747
2.	Marga Punduh	16.699
3.	Padang Cermin	31.745
4.	Teluk Pandan	41.108
5.	Way Ratai	37.336
6.	Kedondong	41.789
7.	Way Khilau	35.116
8.	Way Lima	40.407
9.	Gedong Tataan	109.395
10.	Negeri Katon	74.153

Sumber: BPS Pesawaran, 2021

D. Sarana dan Prasarana Wisata River Tubing Bronjong

1. Kesehatan

Sarana kesehatan yang ada di Kecamatan Way Lima adalah 1 puskesmas, dan 6 posyandu dengan 1 dokter, 5 bidan dan 4 perawat, selain itu puskesmas juga memperoleh bantuan dari Kementerian Kesehatan pada 2017 berupa *ambulance*.

2. Tempat Ibadah

Sarana beribadah di Kecamatan Way Lima terdapat 4 (empat) masjid dan 1 (satu) musala, keempat masjid tersebut berada di Pekon Cipadang, Pekon Way Khilau, Pekon Pasar Way Lima Dan Pekon Way Harong.

3. Air Bersih

Sarana air bersih di Kecamatan Way Lima dapat diambil dari air sumur, dan air sungai PDAM. Di wisata River Tubing Bronjong sendiri sumber air berasal dari sanitasi sungai yang digunakan untuk operasional seperti bilas mandi dan wudhu.

4. Transportasi

Sarana transportasi yang digunakan masyarakat di Kecamatan Way Lima yaitu mobil, motor, dan sepeda. Untuk transportasi umum tidak tersedia sehingga sebagian besar pengunjung wisata River Tubing Bronjong menggunakan kendaraan pribadi ataupun sewa seperti bus, mobil, dan motor.

5. Penerangan

Sarana penerangan yang dimiliki masyarakat Kecamatan Way Lima sebagian besar bersumber dari Perusahaan Listrik Negara (PLN) sehingga listrik dapat digunakan tanpa batasan waktu tertentu. Listrik dari PLN sudah masuk sebelum berdirinya Wisata River Tubing Bronjong.

6. Fasilitas belanja

Kecamatan Way Lima belum terdapat tempat yang menyediakan souvenir atau oleh-oleh khas dari tempat wisata tersebut, sebaiknya pengelola membuat souvenir secara khusus yang terkait dengan wisata River Tubing Bronjong dengan keindahan alamnya sehingga bisa memanfaatkan masyarakat yang kreatif dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan warga sekitar.

VI. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan antara lain :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata River Tubing Bronjong adalah Jarak, Umur, Pendidikan, dan Pendapatan.
2. Nilai ekonomi wisata River Tubing Bronjong menggunakan metode *Travel Cost Method* sebesar Rp5,407,448,275,862.07 pertahun.
3. Hasil skor CSI 77,25 Pengunjung puas atas setiap biaya yang dikeluarkan ketika berkunjung ke Wisata River Tubing Bronjong.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan antara lain :

1. Bagi pihak pengelola Wisata River Tubing Bronjong, diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan perbaikan fasilitas umum sebagai langkah untuk meningkatkan kebersihan, kesejukan dan keindahan Wisata River Tubing Bronjong.
2. Wisata River Tubing Bronjong merupakan tempat wisata yang belum banyak diketahui oleh masyarakat, untuk meningkatkan nilai ekonomi maka perlu adanya strategi pengembangan wisata River Tubing Bronjong agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sehingga bagi peneliti lain diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang nilai ekonomi dan strategi pengembangan wisata River Tubing Bronjong.

DAFTAR PUSTAKA

- Agresti, A. 2006. *An introduction to categorical data analysis*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. Canada.
<https://mregresion.files.wordpress.com/2012/08/agresti-introduction-to-categorical-data.pdf>.
- Al-Khoiriah, R., Prasmatiwi F. E., Affandi M. I. 2017. Evaluasi ekonomi dengan metode *travel cost* pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol. 5 (4): 406-413
<http://jurnal.fp.unila.ac.id/> diakses 26 juni 2021.
- Arifa, E. Zainal, A. Lina, M. 2019. Valuasi ekonomi kawasan wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol. 7 (4): 568-574.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3874/2842> diakses 15 Juli 2022.
- Asra, A., Irawan. dan Purwoto. 2015. *Metode Penelitian Survei*. In Media. Bogor.
- Budiarti, N. Ekayani. Nuva. 2013. Nilai dan dampak ekonomi pengembangan kawasan Wisata Situs Megalitik Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol 3 (1) : 210-221.
<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/63874> diakses 15 Juli 2022.
- Djijono. 2002. Valuasi ekonomi menggunakan metode *travel cost* taman wisata hutan Di Taman Hutan Wan Abdul Rahman, Provinsi Lampung. *Jurnal*. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://www.rudyc.com/PPS702-ipb/05123/dijiono.pdf> .
- Effendi, A. Bakhri, S. Rusita. 2015. Nilai ekonomi jasa wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung dengan pendekatan metode biaya perjalanan. *Jurnal 106 Kehutanan*. Vol 3 (3) (71-84). ISSN 2339-0913. <http://www.e-jurnal.com/2016/10/nilai-ekonomi-jasa-wisata-pulau-tangkil.html>.
- Ekwarso, H. Aqualdo. Sutrisno. 2010. Nilai ekonomi lingkungan dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu (pendekatan biaya perjalanan). *Jurnal Ekonomi*. Vol 18 (03): 8804. <https://je.ejournal.unri.ac.id>.

- Endrayanto, P. dan Sujarweni, V. W. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Fauzi, A. 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2010. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. . 2014. *Valuasi Ekonomi dan Penilaian Kerusakan Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT Penerbit IPB Press. Jakarta
- _____. 2014. *Valuasi Ekonomi dan Penilaian Kerusakan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. IPB Press. Bogor.
- Firandari, T., M, Ekayani. dan Nuva. 2009. Analisis permintaan dan nilai ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan. *Skripsi*. <https://repository.ipb.ac.id/>.
- Fitriana, V., Z. Abidin, T. Endaryanto. 2017. Estimasi permintaan dan nilai ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*. Vol 5 (3). Hal : 2-9 <http://jurnal.fp.unila.ac.id>.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurlock, E.B. 2002. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga. Surabaya.
- Kementerian Lingkungan Hidup. 2012. *Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2012 tentang Panduan Valuasi Ekonomi Ekosistem Hutan*.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium Jilid 1 Terjemahan*.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kriyantono, R. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Predana Media Group. Malang.
- Muntoro. 2010. Valuasi ekonomi taman wisata Alam Tawangmangu dengan menggunakan metode biaya perjalanan. *Jurnal Pertanian dan Lingkungan*, Vol 3 (1) ISSN 191644.
- Mutiara, I. 2009. Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Diakses pada tanggal 9 April 2019.

- Pitana, I Gede., Gayatri, Putu, G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Prenhallindo. Jakarta.
- Purwanto. 2013. “Valuasi ekonomi ekowisata dengan model travel cost dandampaknya terhadap usaha kecil pariwisata”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 15(1): 89-102.
- Riamawahyu, M. 2011. Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap reaksi konsumen produk pestisida biotis di Cv. Reka Sarana Sejahtera. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ruslan, R. 2008. *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Simarmata, R.T. dan D, Ispriyanti. 2011. Penanganan Overdispersi pada Model Regresi *Poisson* Menggunakan Model Regresi Binomial Negatif. *Jurnal Media Statistika*. Vol 4(2) Hal : 95-104.
- Sugiarto, E. 2019. *Pengantar Ekowisata*. Diandra Primamita Media. Yogyakarta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Susilowati, M I. 2009. *Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Mathieson, A dan Wall, G. 1982. Tourism: Economic, Physical and Social Impact*. Long Man Group. New York.
- Syukri, S.H.A. 2014. Penerapan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan Analisis *Gappada* Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol 13(2): 103-111.
- UU No. 9 Tahun 1990. *Kepariwisata*.[http:// www. kemenpar. go. id/userfiles /file/4636_1364 UUTentangKepariwisataannet1.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/4636_1364_UUTentangKepariwisataannet1.pdf).
- Wibowo, M. T., Abidin, Z., dan Marlina, L. 2021. Economic valuation with travel cost method (TCM) Slanik Waterpark South Lampung District. *Journal of Community Based Environmental Engineering and Management*. Vol. 5 (1) : 1-8.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/temali/article/view/3359>. Diakses pada tanggal 15 Mei 2022.

Yulian, E, N. L, Syaufina. Putri. 2011. Valuasi ekonomi sumberdaya alam Taman Hutan Raya Bukit Soeharto di Provinsi Kaalimantan Timur. Vol 1 (1). *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*.
<http://doi.org/10.29244/jpsl.11.38>.

Yulianingsih, K.A., K.G, Sukarsa. dan L.P, Suciptawati. 2012. Penerapan regresi poisson untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi jumlah siswa SMA/SMK yang Tidak Lulus UN di Bali. *e-Jurnal Matematika*. Vol 1 (1) : 59-63. Diakses pada tanggal 26 juni 2021.

Zulpikar, F., L.A,Tambunan,. S.R, Utami. dan W.E, Kiyat. 2018. Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method (Case Study: Untung Jawa Island, Indonesia). *Journal Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island*. Vol. 1 (14) : 28-35.