

**VALUASI EKONOMI WISATA WAY BELERANG DI KESATUAN
PENGELOLAAN HUTAN WAY PISANG MENGGUNAKAN *TRAVEL COST*
*METHOD***

(Skripsi)

Oleh

**BIRGITA DIAH PUSPITARANI SETIAWAN
1954151014**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI WISATA WAY BELERANG DI KESATUAN PENGELOLAAN HUTAN WAY PISANG MENGGUNAKAN *TRAVEL COST* *METHOD*

Oleh

BIRGITA DIAH PUSPITARANI SETIAWAN

Valuasi ekonomi adalah memberikan nilai kuantitatif terhadap barang atau jasa sumber daya alam dan lingkungan, terlepas dari nilai pasar yang tersedia untuk barang dan jasa. Pemanfaatan menghasilkan nilai guna langsung seperti nilai ekonomi berdasarkan konservasi kawasan. Sektor pengembangan di Indonesia adalah pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi persepsi pengunjung, mengidentifikasi dan membandingkan zonasi asal pengunjung, menganalisis nilai ekonomi Way Belerang dan menganalisis faktor variabel yang mempengaruhi biaya perjalanan. Persepsi pengunjung mengenai wisata Permandian Air Panas Way Belerang sebagai rekreasi alam yang aman, akses menuju lokasi mudah. Sebagian besar pengunjung menganggap kualitas air Permandian Air Panas Way baik dari kekeruhan air, kejernihan air, aroma yang tidak terlalu pekat. Pengunjung juga menganggap kualitas kolam, ruang tunggu atau gazebo dan lantai menuju kolam sudah baik serta bebas dari sampah. Pemandangan alam yang indah dan asri juga menjadi salah satu alasan berekreasi dengan keluarga. Biaya perjalanan rata – rata

berdasarkan zona asal pengunjung diketahui dari zona dalam kabupaten sebesar Rp 23.083/orang/zona/kali kunjungan, dari zona luar kabupaten atau zona dalam provinsi sebesar Rp 55.195/orang/zona/kali kunjungan, dan zona luar provinsi sebesar Rp 114.545/orang/zona/kali kunjungan. Surplus konsumen berdasarkan metode biaya perjalanan pada Pemandian Air Panas Way Belerang sebesar Rp 445.803/individu per kunjungan sehingga untuk nilai total ekonomi didapatkan sebesar Rp 1.145.785.836/tahun. Faktor sosial ekonomi dan persepsi pengunjung yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan yaitu frekuensi berkunjung, jenis kelamin, status, pendapatan, asal pengunjung, pekerjaan, waktu berkunjung, waktu luang, pekerjaan tambahan, motivasi, kendaraan, pendidikan, tanggungan, usia, jarak tempuh dan tanggungan.

Keywords: economic valuation, tourism, visitor perceptions, sulfur way.

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION OF WAY BELANG TOUR IN THE WAY PISANG FOREST MANAGEMENT UNIT USING THE TRAVEL COST METHOD

By

BIRGITA DIAH PUSPITARANI SETIAWAN

Economic valuation is giving a quantitative value to the goods or services of natural resources and the environment, regardless of the market value available for goods and services. Utilization generates direct use values such as economic values based on area conservation. The development sector in Indonesia is tourism. The purpose of this study is to identify visitor perceptions, identify and compare visitor origin zoning, analyze the economic value of Way Sulfur and analyze the variable factors that affect travel costs. Visitors' perceptions of the Way Sulerang Hot Springs tourism as a safe natural recreation, easy access to the location. Most visitors consider the quality of Way Hot Springs water to be good from the turbidity of the water, the clarity of the water, the aroma that is not too thick. Visitors also consider the quality of the pool, waiting room or gazebo and the floor leading to the pool is good and free of trash. Beautiful and beautiful natural scenery is also one of the reasons for recreation with family. The average travel cost based on the zone of origin of visitors is known from zones within the district of Rp 23.083/zone/time of visit, from zones outside the district or zones within the province of Rp 55.195/zone/times visit, and zones outside the province of Rp 114.545/zone/ visit times. The consumer surplus based on the travel cost method at Way Sulfur Hot Springs is Rp Rp 445.803/individual/visit so that the

total economic value is Rp 1.145.785.836/year. Socio-economic factors and visitor perceptions that influence the number of visits are visit frequency, gender, status, income, visitor origin, occupation, visiting time, free time, additional work, motivation, vehicle, education, dependents, age, mileage and dependents.

Kata kunci: valuasi ekonomi, pariwisata, persepsi pengunjung, way belerang.

**VALUASI EKONOMI WISATA WAY BELERANG DI KESATUAN
PENGELOLAAN HUTAN WAY PISANG MENGGUNAKAN *TRAVEL COST*
*METHOD***

Oleh

BIRGITA DIAH PUSPITARANI SETIAWAN

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA KEHUTANAN**

Pada

**Jurusan Kehutanan
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul : **VALUASI EKONOMI WISATA WAY BELERANG DI
KESATUAN PENGELOLAAN HUTAN WAY PISANG
MENGUNAKAN *TRAVEL COST METHOD***

Nama Mahasiswa : **Birgita Diah Puspitarani Setiawan**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1954151014

Program Studi : Kehutanan

Fakultas : Pertanian



Hari Kaskoyo, S.Hut., M.P., Ph.D.
NIP 196906011998021002

Dr. Ir. Agus Setiawan, M.Si., IPM.
NIP 195908111986031001

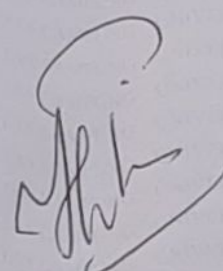
2. Ketua Jurusan Kehutanan

Dr. Indra Gumay Febryano, S.Hut., M.Si.
NIP 197402222003121001

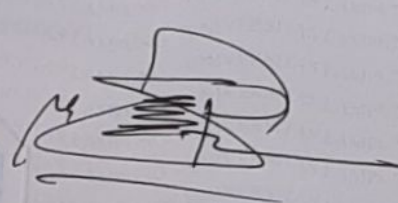
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

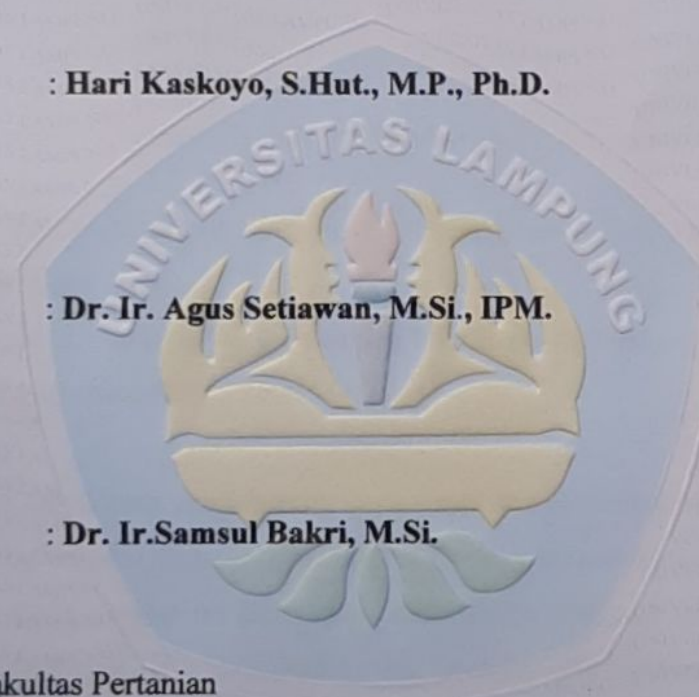
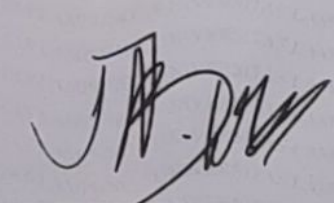
Ketua : **Hari Kaskoyo, S.Hut., M.P., Ph.D.**



Sekretaris : **Dr. Ir. Agus Setiawan, M.Si., IPM.**



Penguji : **Dr. Ir. Samsul Bakri, M.Si.**



Dekan Fakultas Pertanian

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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **25 Januari 2023**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Birgita Diah Puspitarani Setiawan
NPM : 1954151014
Jurusan : Kehutanan
Alamat Rumah : Gaya Baru 8, Seputih Surabaya, Lampung Tengah

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

“Valuasi Ekonomi Wisata Way Belerang Di Kesatuan Pengelola Hutan Way Pisang Menggunakan *Travel Cost Method*”

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 dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung,
Yang membuat pernyataan



Birgita Diah Puspitarani Setiawan
NPM 1914151009

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Birgita Diah Puspitarani Setiawan atau akrab dengan panggilan Birgita (Ndoro), lahir di Metro, 18 April 2001. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Hendrikus Wawan Setiawan, S.E. dan Ibu I. Hapsari Shinta Maharani, S.Pd., M.M.. Penulis memiliki adik laki-laki yang bernama Steven Agung Iglestian. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SD N 1 Srikaton pada tahun 2007-2013. Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP N 1 Seputih Surabaya pada tahun 2013-2016, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Fransiskus Bandar Lampung pada tahun 2016 dan selesai pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Universitas Lampung (UNILA) Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jurusan Kehutanan. Pada tahun 2022 bulan Januari sampai Februari, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sumber Katon, Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah. Pada tahun yang sama di bulan Agustus, penulis melaksanakan Praktik Umum di Getas Hutan Pendidikan UGM dan Wanagama, Jawa Tengah.

Penulis telah menerbitkan dan mempresentasikan makalah pada Prosiding Seminar Nasional Ilmu Lingkungan Tahun 2022, dengan judul “Analisis Persepsi Pengunjung Terkait Wisata Way Belerang di Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH) Way Pisang Provinsi Lampung”.

*Saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tuaku
Kanjeng Papi Hendrikus Wawan Setiawan dan Kanjeng Mami I. Hapsari
Shinta Maharani.*

SANWACANA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Valuasi Ekonomi Wisata Way Belerang di Kesatuan Pengelolaan Hutan Way Pisang Menggunakan *Travel Cost Method*” dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kehutanan di Universitas Lampung. Penulisan skripsi tidak lepas dari bimbingan dan bantuan serta petunjuk yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan dan Allah Bapa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran serta kesehatan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan tahapan penyusunan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Indra Gumay Febryano, S.Hut., M.Si. selaku Ketua Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung dan selaku Ketua Jurusan Keutanan yang telah memberikan motivasi untuk mengerjakan skripsi.
4. Bapak Hari Kaskoyo, S.Hut., M.P., Ph.D. selaku pembimbing pertama yang telah membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini serta terimakasih telah memberikan nasihat, arahan dan semangat kepada penulis.
5. Bapak Dr. Ir. Agus Setiawan, M.Si. ,IPM. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan saran, masukan dan kritik dalam penyempurnaan skripsi.
6. Bapak Dr. Ir. Samsul Bakri, M.Si. selaku dosen penguji yang telah banyak memberikann motivasi kepada penulis.
7. Bapak Dr. Arief Darmawan, S.Hut., M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberikann motivasi kepada penulis.

8. Segenap dosen Jurusan Kehutanan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Segenap Bapak dan Ibu pengelola Way Belerang yang telah membantu dalam pengambilan data.
10. Seluruh responden yang berkunjung ke Way Belerang Desa Suka Mandi yang sudah membantu penulis untuk menunjang data penelitian skripsi.
11. Orang tua penulis yaitu Bapak Hendrikus Wawan Setiawan dan Ibu I. Hapsari Shinta Maharani yang selalu menjadi *support system* terbaik dari aspek materi, fisik dan rohani.
12. Adik penulis yaitu Steven Agung Iglestian yang telah memberikan perhatian.
13. Sahabat penulis, Patricia Erisa Ayuningtyas H., Ava Nafisa, Essa Sukma Wardhani dan Maria Heranita Wiratno yang telah memberikan *support* secara materi, energi, semangat, motivasi dan selalu membantu menghitung serta mengolah data.
14. Teman dekat "*Rich Onty*" yaitu Endramadhanfi N.F., Alvina Damayanti dan Dewi Suryani yang telah membantu dan mendampingi selama masa sulit perkuliahan.
15. *Boy Guardian* yaitu Galih Windu Permana dan Porto Mauritio yang telah membantu mengambil data untuk bersama menyelesaikan skripsi.
16. *Me, thank you for being strong up to this point with all the madness, compulsion, worry, indecision and anxiety. You are great and happy to continue the real life.*
17. FORMICS dan HIMASYLVA Universitas Lampung.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat dan berguna bagi pembaca walaupun masih banyak salah dan belum sempurna.

Bandar Lampung,

Birgita Diah Puspitarani Setiawan

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	6
1.3. Manfaat Penelitian	6
1.4. Kerangka Teoritis	6
1.5. Kerangka Pemikiran	8
1.6. Hipotesis	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kesatuan Pengelolaan Hutan Way Pisang Gunung Rajabasa	11
2.2. Wisata Air Panas	12
2.3. Valuasi Ekonomi	13
2.4. <i>Travel Cost Method</i> (TCM).....	14
2.5. Surplus	15
2.6. Pariwisata	16
2.7. Wisata Alam	17
2.8. Wisatawan	18
2.9. Permintaan Wisata.....	19

III. METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Waktu dan Tempat	20
3.2. Alat dan Bahan	21
3.3. Jenis Data	21
3.4. Metode Pengumpulan Data	21
3.5. Metode Analisis.....	22
3.5.1. Analisis Biaya Perjalanan.....	22
3.5.2. Analisis Persepsi Pengunjung.....	25
3.6 Pelaksanaan	27
3.7 Pengamatan	28
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Karakteristik Sosial Ekonomi dan Penilaian Pengunjung	29
4.1.1 Karakteristik Sosial Ekonomi.....	30
4.1.1.1 Jenis Kelamin	30
4.1.1.2 Umur.....	31
4.1.1.3 Pekerjaan	33
4.1.1.4 Pendapatan	34
4.1.1.5 Lama Berkunjung.....	35
4.1.1.6 Jarak Tempuh	37
4.1.1.7 Pendidikan.....	38
4.1.1.8 Pekerjaan Tambahan	39
4.1.1.9 Pendapatan Tambahan.....	40
4.1.1.10 Status Perkawinan	41
4.1.1.11 Jumlah Tanggungan	42
4.1.1.12 Asal Pengunjung	42
4.1.1.13 Motivasi.....	43
4.1.1.14 Waktu Luang	44
4.1.1.15 Frekuensi Berkunjung	45
4.1.1.16 Jenis Kendaraan.....	46
4.1.2 Persepsi Pengunjung	47
4.1.2.1 Tempat Parkir	48
4.1.2.2 Tempat Ibadah.....	50

4.1.2.3	Tempat Makan.....	51
4.1.2.4	Tempat Bilas	52
4.1.2.5	Tempat Sampah.....	54
4.1.2.6	Jalan Menuju Wisata	55
4.1.2.7	Petunjuk Arah.....	57
4.1.2.8	Kegiatan Promosi	58
4.1.2.9	Fasilitas Penunjang Promosi	60
4.1.2.10	Kualitas Air	61
4.1.2.11	Kekeruhan Air	62
4.1.2.12	Kejernihan Air.....	64
4.1.2.13	Aroma Air	65
4.1.2.14	Kualitas Kolam.....	65
4.1.2.15	Bebas Sampah	67
4.1.2.16	Ketersediaan Air.....	68
4.1.2.17	Jalan Atau Lantai Kolam.....	70
4.1.2.18	Ketersediaan Kolam untuk Menampung Pengunjung.....	71
4.1.2.19	Pemandangan Alam.....	72
4.1.2.20	Kebersihan Tempat	74
4.1.2.21	Keamanan Tempat.....	75
4.1.2.22	Ruang Tunggu	77
4.1.3	Tabulasi Karakteristik Sosial Ekonomi.....	78
4.1.3.1	Jenis Kelamin	78
4.1.3.2	Usia.....	79
4.1.3.3	Tingkat Pendidikan	79
4.1.3.4	Pekerjaan	80
4.1.3.5	Pendapatan	81
4.1.3.6	Asal Daerah	81
4.1.3.7	Motivasi.....	83
4.1.3.8	Status Pernikahan	83
4.1.3.9	Tanggungan.....	84
4.1.3.10	Jenis Kendaraan.....	84
4.1.4	Tabulasi Persepsi Pengunjung.....	85

4.1.4.1 Fasilitas.....	85
4.1.4.2 Promosi dan Informasi	85
4.1.4.3 Daya Tarik Wisata.....	86
4.1.4.4 Kenyamanan dan Keamanan	86
4.2 Analisis Biaya Perjalanan.....	87
4.2.1 Zonasi	87
4.2.2 Biaya Perjalanan Total	88
4.2.3 Biaya Perjalanan Total Zonasi	90
4.3 Perhitungan Valuasi Ekonomi.....	92
4.4 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Biaya Perjalanan	94
4.4.1. Koefisien Determinasi	100
4.4.2. Uji F Regresi	101
V. KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Pengunjung Way Belerang Tahun 2019 - 2021	23
2. Persepsi Pengunjung tentang Wisata Way Belerang.....	25
3. Jenis Kelamin	78
4. Usia.....	79
5. Pendidikan	80
6. Pekerjaan	80
7. Total Pendapatan	81
8. Asal Pengunjung	82
9. Motivasi.....	83
10. Status	83
11. Tanggungan	84
12. Kendaraan.....	84
13. Fasilitas.....	85
14. Promosi dan Informasi	85
15. Daya Tarik Wisata.....	86
16. Keamanan dan Kenyamanan	87
17. Zonasi jarak asal pengunjung	88
18. Hasil Uji Regresi Biaya Perjalanan	93
19. Perhitungan Surplus Konsumen	93
20. Koefisien Determinasi BPT	94
21. Koefisien Determinasi.....	101
22. Annova	101
23. Uji T	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan Alir Kerangka Pemikiran.	9
2. Peta Lokasi Way Belerang.	20
3. Diagram Kelompok Jenis Kelamin Pengunjung Way Belerang.	30
4. Diagram Kelompok Umur Pengunjung Way Belerang.....	32
5. Diagram Kelompok Pekerjaan Pengunjung Way Belerang.	34
6. Diagram Kelompok Pendapatan Pengunjung Way Belerang.	35
7. Diagram Kelompok Lama Berkunjung Pengunjung Way Belerang.	36
8. Diagram Kelompok Jarak Tempuh.	37
9. Diagram Kelompok Pendidikan Pengunjung Way Belerang.....	38
10. Diagram Kelompok Pekerjaan Tambahan.	39
11. Diagram Kelompok Pendapatan Tambahan Pengunjung Way Belerang.	40
12. Diagram Kelompok Status Pengunjung Way Belerang	41
13. Diagram Kelompok Tanggungan Pengunjung Way Belerang.....	42
14. Diagram Kelompok Asal Pengunjung Pengunjung Way Belerang.	43
15. Diagram Kelompok Motivasi Pengunjung Way Belerang.....	44
16. Diagram Kelompok Jenis Kendaraan Pengunjung Way Belerang.....	45
17. Diagram Kelompok Frekuensi Berkunjung Pengunjung Way Belerang.	46
18. Diagram Kelompok Waktu luang Pengunjung Way Belerang.	47
19. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Tempat Parkir Way Belerang. ...	49
20. Tempat Parkir Motor dan Mobil Way Belerang.	49
21. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Tempat Ibadah Way Belerang. ...	50
22. Tempat Ibadah(Mushola) Way Belerang.	51
23. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Tempat Makan Way Belerang... ..	51
24. Tempat Makan atau Warung Way Belerang.	52

25. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Tempat Bilas Way Belerang.....	53
26. Tempat Bilas atau Kamar Mandi Way Belerang.	54
27. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Tempat Sampah Way Belerang.	54
28. Ketersediaan Tempat Sampah.....	55
29. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Jalan Menuju Wisata Way Belerang.	56
30. Jalan Menuju Wisata Way Belerang.	57
31. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Petunjuk Arah Menuju Way Belerang.	57
32. Plang untuk menuju Way Belerang.....	58
33. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Kegiatan Promosi Way Belerang.	59
34. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Penunjang Promosi Way Belerang.	60
35. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Kualitas Air Way Belerang.....	61
36. Kondisi Kualitas Air Way Belerang.....	62
37. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Keckeruhan Air Way Belerang. ...	63
38. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Kejernihan Air Way Belerang. ...	64
39. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Aroma Air Way Belerang.	65
40. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Kualitas Kolam Way Belerang. .	66
41. Kualitas Kolam Way Belerang.....	67
42. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Bebas Sampah Way Belerang....	67
43. Kondisi Kolam Bebas Sampah Way Belerang.....	68
44. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Ketersediaan Air Way Belerang.	69
45. Kondisi Ketersediaan Air Way Belerang.	69
46. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Jalan atau Lantai Kolam Way ... Belerang.	70
47. Jalan atau lantai kolam Way Belerang.	71
48. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Ketersediaan Kolam Untuk Menampung Pengunjung Way Belerang.	71
49. Ketersediaan Kolam Untuk Menampung Pengunjung Way Belerang.	72
50. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Pemandangan Alam Way Belerang.	73
51. Pemandangan Alam Way Belerang.....	74
52. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Kebersihan Tempat Way Belerang.	74
53. Kondisi kebersihan Tempat di Way Belerang.....	75

54. Grafik Persepsi Pengunjung tentang KeamananTempat di Way Belerang.	76
55. Keamanan Tempat di sekitar Way Belerang	77
56. Grafik Persepsi Pengunjung tentang Ruang Tunggu di Way Belerang.	77
57. Ruang Tunggu	78
58. Grafik Biaya Rata-rata Pengunjung Berdasarkan Zona.	90
59. Grafik Biaya Rata-rata Pengunjung Zona Per Daerah.	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	117
2. Surat Izin Turun Lapang Penelitian	124
3. Dokumentasi Penelitian.....	125

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Valuasi ekonomi merupakan usaha melakukan penilaian manfaat secara ekonomis, yang biasanya diterapkan dalam konteks pengelolaan sumberdaya alam. Valuasi ekonomi merupakan upaya untuk memberi nilai kuantitatif terhadap suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan hidup (SDAL), terlepas dari nilai pasar tersedia bagi barang dan jasa (Fauzi, 2006). Pendekatan ekonomi yang digunakan untuk menilai secara riil harga dari suatu barang dan jasa yang sering disebut Valuasi ekonomi. Valuasi ekonomi dapat diterapkan dalam pengelolaan sumberdaya alam. Pemanfaatan sumberdaya alam menghasilkan nilai guna langsung yang menghasilkan nilai ekonomis atau nilai finansial yang berbasis pelestarian kawasan.

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan yang memiliki potensi sumber daya alam yang banyak sehingga dapat dijadikan tempat rekreasi dan objek wisata dengan memanfaatkan kekayaan alam yang ada, seperti tanah subur, bahan tambang melimpah, beriklim tropis, curah hujan cukup, pemandangan alam dan bentang alam indah. Daya tarik pengunjung wisata dan sumber pendapatan daerah Kabupaten Lampung Selatan adalah wisata air panas belerang yang terletak di Provinsi Lampung, Kabupaten Kalianda. Kabupaten Lampung Selatan memiliki banyak potensi yang bisa dijadikan objek wisata yang beragam, khususnya adalah wisata alam yaitu Way Belerang. Way Belerang adalah pariwisata pemandain air panas yang terletak di desa Sukamandi di Kecamatan Kalianda (RPHJP, 2014).

KPH (Kesatuan Pengelolaan Hutan) Way Pisang Rajabasa memiliki banyak potensi, terutama untuk ekowisata. KPH Way Pisang Rajabasa berfokus pada ekowisata sebagai bentuk pengelolaannya. Berbagai kegiatan direncanakan

untuk mendukung hal tersebut. Dimulai dengan integrasi holistik pengelolaan sumber daya alam hayati dan ekosistemnya di dalam dan sekitar kawasan model KPH dan diakhiri dengan optimalisasi pemanfaatan sumber daya hutan. Metode berkelanjutan, lestari dan mandiri, restorasi hutan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia pengelola KPH dan masyarakat, monitoring dan evaluasi kinerja pengelolaan KPHL sebagai mitra pembangunan KPH, partisipasi masyarakat, pemerintah dan swasta dan Peningkatan pemberdayaan sektor (mitra usaha) dalam mendukung pembangunan hutan Peningkatan kapasitas sumber daya manusia pengelola KPH dan masyarakat sebagai mitra dalam pembangunan KPH, pemantauan dan evaluasi kinerja manajemen KPHL, masyarakat, pemerintah dan swasta (bisnis) Peningkatan Partisipasi dan Pemberdayaan Mitra Pembangunan Ekonomi untuk Mendukung Kehutanan dan Penguatan Upaya Perlindungan Hutan, Penegakan Hukum dan Pengamanan Masyarakat (RPHJP, 2014).

Wilayah KPH Way Pisang memiliki potensi energi panas bumi (geotermal) yang langka. Pemanfaatan sumber daya panas bumi harus memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Gravitani, 2010). Sumber panas bumi terletak di daerah maju sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sumber energi yang ramah lingkungan. Sumber air panas The Way Sulphur juga memiliki potensi mineral berupa belerang. Belerang adalah zat yang dikenal luas efektif dalam mengobati berbagai penyakit kulit seperti panu, kurap, kurap, eksim, dan gatal-gatal. Keberadaan jejak belerang memiliki potensi yang besar sebagai mineral mineral, selain keberadaannya sebagai tujuan wisata sumber air panas dan belerang (RPHJP, 2014).

Way Belerang merupakan pemandian air panas yang mengandung belerang alam, berada di kaki Gunung Rajabasa di Desa Way Belerang, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Tempat wisata ini berjarak 2 km dari Kota Kalianda, Ibu Kota Kabupaten Lampung. Lokasi Way Belerang berada di lereng gunung Rajabasa, memiliki suasana yang masih sejuk, banyak pohon-pohon besar, air belerang alami yang muncul dan mengalir dalam garis lurus dari Gunung Rajabasa, sehingga benar-benar murni. Suasana kolam

ini mirip dengan kolam komersial, namun dasarnya ditutupi dengan batu bulat kecil, dan terdapat undakan di kedalamannya, sehingga bisa mandi sambil duduk. (RPHJP, 2014).

Salah satu sektor pendapatan untuk kas negara Indonesia terbesar adalah Pariwisata. Potensi alam masing-masing daerah berperan besar dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Salah satu sektor pengembangan pariwisata Indonesia saat ini sudah cukup maju, namun belum cukup berkembang untuk mempromosikan potensi pariwisata. Pariwisata adalah semua tentang wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait (Heriawan, 2004). Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata merupakan suatu berbagai kegiatan atau usaha pengembangan wisata dengan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pengembangan antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Mengembangkan destinasi wisata merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan daerah. Strategi ini diterapkan oleh daerah-daerah yang memiliki sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber daya pariwisata. Dengan bantuan pemerintah dalam pengelolaan tempat wisata dapat meningkatkan pendapatan daerah serta pendapatan masyarakat daerah.

Sektor wisata dapat menciptakan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat, pengolahan sumber daya alam dan pengembangan di wilayah. Untuk membantu percepatan pembangunan nasional melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*), perlu tercipta sinergi antara upaya perlindungan alam dan budaya serta warisannya (Nuryanti, 2010). Meski sektor pariwisata terus berkembang, potensi besar sumber daya alam dan budaya Indonesia yang hampir 17.000 pulau belum dikembangkan sesuai dengan potensi masing-masing tujuan wisata.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan dengan mana seseorang atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan diri atau untuk tujuan meneliti pemandangan yang khas untuk

dilihat selama perjalanan. berkata. periode sementara. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan pariwisata. Masyarakat sekitar dan pengelola lokasi wisatalah yang mempengaruhi perkembangan lokasi wisata. Masyarakat sekitar wisata dapat merasakan dampak positif dan negatifnya. Tempat wisata memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar, karena keberadaan tempat wisata dapat memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk menghasilkan pendapatan (Hermawan, 2005). Pengelola sebagai pemangku kepentingan yang ingin melestarikan inventaris dan mengembangkan sumber daya wisata perlu memperhatikan strategi pengembangan sumber daya wisata dengan mempertimbangkan keinginan dan harapan pengunjung dan masyarakat sekitar untuk mencapai pariwisata berkelanjutan yang ada.

Dengan menentukan besarnya nilai ekonomi Way Belerang di Desa Sukamandi sebagai penyedia jasa wisata alam dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan daya tarik wisata agar meningkatnya jumlah konsumsi wisatawan. Menurut Fauzi (2004), *Travel Cost Method* (TCM) digunakan untuk menganalisis permintaan rekreasi luar ruangan. Metode biaya perjalanan merupakan metode penilaian sumber daya tanpa nilai pasar (sumber daya non pasar) dengan memodelkan permintaan jasa lingkungan dalam bentuk aktivitas rekreasi (Haab, 2002). Prinsip metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Dengan metode ini dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi wisatawan. Dampak ekonomi dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisata untuk berkunjung ke Way Belerang dapat mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingnes to Pay*). Kegiatan wisata dapat mempengaruhi kondisi sosial, budaya, ekonomi dan lingkungan tempat wisata berada. Keberadaan tempat wisatasuatu daerah dapat membawa budaya baru atau kebiasaan baru bagi masyarakat sekitar. Tempat wisata juga dapat mempengaruhi kondisi ekonomi sekitar lingkungan wisata dan mempengaruhi sosial masyarakat baik secara positif maupun negatif.

Komponen utama kegiatan pariwisata saat ini di daerah tujuan wisata adalah kunjungan wisatawan ke daerah tujuan wisata. Wisatawan dapat diartikan sebagai individu atau kelompok yang mengunjungi wisatawan untuk sementara waktu (Fajri dan Riyanto, 2016). Menurut Holloway (2009), keberhasilan daya

tarik wisata bergantung pada tiga elemen kunci yang ditawarkan fasilitas wisata kepada wisatawan: *atraksi*, *amenitas*, dan *aksesibilitas*. *Atraksi* merupakan daya tarik wisata yang cukup menarik sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung (Nisa dan Abrani, 2014). *Amenitas*/fasilitas adalah pelayanan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan agar nyaman (Anggraeni, 2013). *Aksesibilitas* adalah kemudahan wisatawan mencapai tujuan yang akan dikunjungi (Abdulhaji dan Ibnu, 2016).

Tempat wisata memiliki unsur-unsur yang saling mendukung dan berhubungan satu sama lain sehingga menciptakan daya tarik wisata yang menarik bagi wisatawan (Sayangbatti dan Baiquni, 2013). Keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata didasarkan pada unsur/produk wisata yang ditawarkan (Abdullah dan Firdaus, 2017). Suatu obyek wisata berkembang sebagai tempat wisata dan dimanfaatkan oleh seorang wisatawan sesuai dengan pengenalan dan penilaian wisatawan terhadap obyek wisata tersebut. Persepsi pengunjung adalah pendapat atau kesan tentang pengalaman yang diungkapkan seseorang tentang suatu objek, sehingga menghasilkan rangsangan yang direkam dengan panca indera. Pengalaman yang dialaminya dapat dijadikan acuan untuk mempersepsikan sesuatu. Menurut Rakhmat (2013), seorang perseptor adalah seseorang yang secara tepat mengamati suatu objek, peristiwa/hubungan, dan diakhiri dengan kesimpulan dan interpretasi. Dari pengamatan pribadi tersebut, individu memperoleh dan memiliki pengalaman terhadap objek wisata tersebut, dan dari pengalaman tersebut individu memberikan kesimpulan dan interpretasi terhadap objek wisata tersebut.

Penelitian ini ingin menganalisis biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk mengunjungi Way Belerang dengan menggunakan metode *Travel Cost Method* (TCM). Metode ini dapat mengetahui berapa besar dan banyak biaya yang digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *Travel Cost Method* (TCM). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam tentang pengelolaan, pengembangan wisata Way Belerang dan dampak pada masyarakat dalam mensejahterakan masyarakat. Serta adanya daya tarik, penilaian terhadap wisata dan keterlibatan masyarakat terhadap adanya wisata tersebut.

1.2. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini yang bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan persepsi pengunjung terkait lokasi Wisata Way Belerang di KPH Way Pisang Gunung Rajabasa Batu Serampok.
2. Mengidentifikasi dan membandingkan zonasi asal pengunjung Way Belerang di KPH Way Pisang Gunung Rajabasa Batu Serampok.
3. Menganalisis besarnya nilai ekonomi Way Belerang di KPH Way Pisang Gunung Rajabasa Batu Serampok sebagai penyedia jasa wisata alam.
4. Menganalisis variabel faktor yang mempengaruhi biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke Wisata Way Belerang di KPH Way Pisang Gunung Rajabasa Batu Serampok sebagai penyedia jasa wisata alam.

1.3. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Dosen dan Mahasiswa

Sebagai bahan atau sumber informasi, masukan, dan referensi kepada mahasiswa, dosen, jurusan yang berkaitan penyelesaian tugas akhir skripsi untuk perbaikan dan peningkatan mutu dalam pendidikan yang lebih baik.

b. Bagi Kampus dan Jurusan

Penelitian ini diharapkan kampus, khususnya pimpinan Universitas Lampung dan unsur pembantu di bidang akademik untuk memperoleh informasi terkait kebijakan kampus pada proses penyelesaian skripsi dan jurusan dapat mempertahankan Akreditasi A yang sudah berproses sejak lama.

2. Manfaat Teoritik

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian sejenis dengan memperluas dan memperdalam lingkup penelitian.

1.4. Kerangka Teoritis

Valuasi ekonomi adalah upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan

baik berdasarkan nilai pasar (*market value*) maupun nilai non pasar (*non market value*). Penilaian ekonomi sumber daya adalah alat ekonomi yang menggunakan teknik penilaian khusus untuk memperkirakan nilai moneter barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Memahami konsep valuasi ekonomi memungkinkan pembuat kebijakan untuk menentukan penggunaan sumber daya alam dan lingkungan secara efektif dan efisien. Hal ini karena penerapan valuasi ekonomi mengungkapkan hubungan antara konservasi sumber daya alam dan pembangunan ekonomi. Menurut Pedoman Penilaian Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup (KNLH, 2007), memanfaatkan nilai moneter pada beberapa atau semua potensi sumber daya alam konsisten dengan tujuan penggunaannya.

Menurut Fauzi (2010), nilai ekonomi secara umum didefinisikan sebagai ukuran seberapa besar seseorang bersedia mengorbankan satu barang atau jasa untuk mendapatkan yang lain. Konsep nilai ekonomi ini disebut kesediaan seseorang untuk membayar barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Nilai ekonomi muncul dari persepsi harga yang diberikan seseorang terhadap obyek wisata. Tingkat harga ditentukan oleh waktu, barang, atau uang yang dikorbankan seseorang untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang digunakan (Djijono, 2002).

Terapkan Metode Biaya Perjalanan (TCM) untuk menganalisis valuasi ekonomi tempat wisata untuk menentukan permintaan dan minat rekreasi di alam. Metode ini kami terapkan untuk mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi suatu tempat rekreasi (Fauzi, 2010). Untuk menerapkan TCM dan dapat menerapkan hasil penelitian yang diperoleh tanpa bias, fungsi permintaan harus dibangun dengan asumsi dasar sebagai berikut (Fauzi, 2010).

1. Biaya perjalanan dan waktu digunakan sebagai proksi untuk nilai penagihan.
2. Waktu tempuh bersifat netral. Dengan kata lain, tidak ada keuntungan dan tidak ada pemborosan.
3. Perjalanan adalah satu perjalanan (bukan beberapa perjalanan).

Pada dasarnya, metode ini melihat biaya yang dikeluarkan oleh setiap individu untuk mengunjungi resort tersebut. Asumsi mendasar yang digunakan dalam

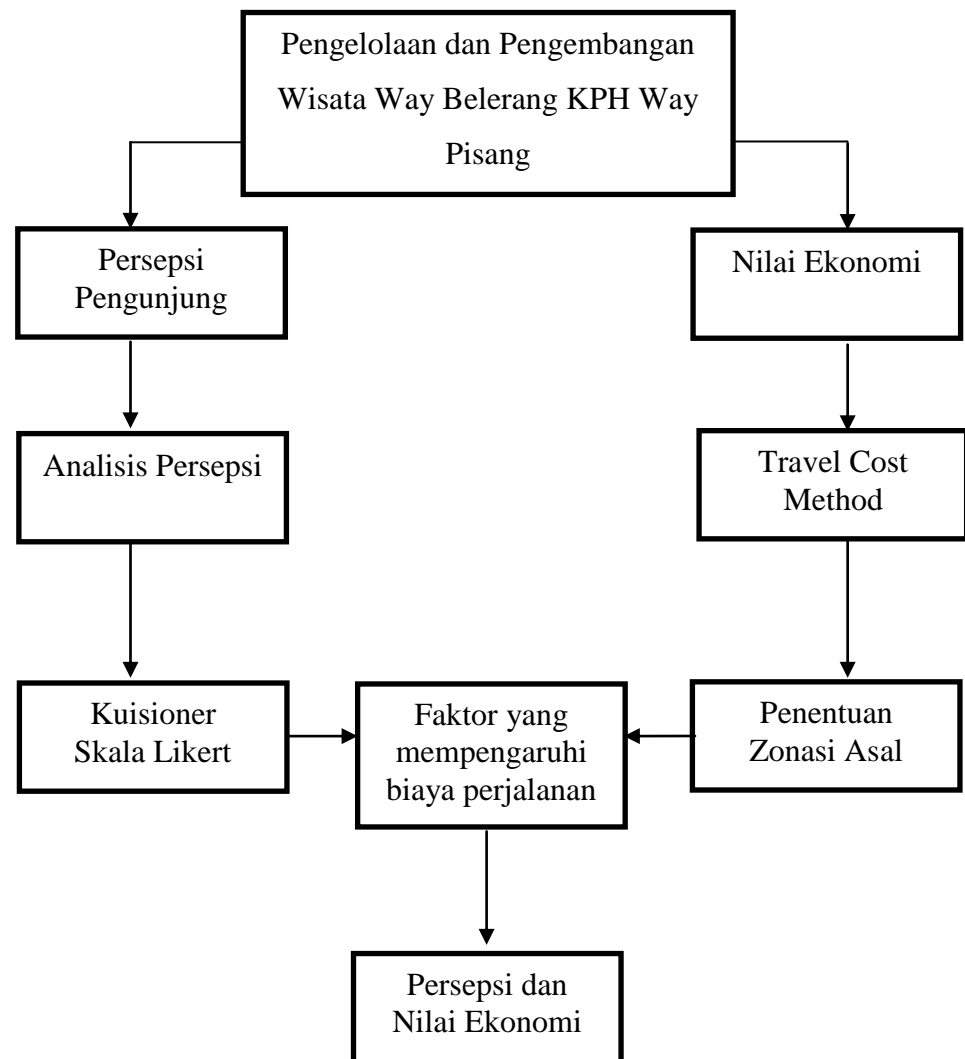
pendekatan TCM adalah utilitas setiap konsumen untuk aktivitas seperti: Dapat dipulihkan, dapat dipisahkan. Oleh karena itu, fungsi permintaan akan aktivitas rekreasi tidak dipengaruhi oleh permintaan akan aktivitas lain seperti menonton TV, berbelanja (Gravitani, 2010).

Konsep TCM adalah suatu metode yang didasarkan pada saling melengkapi antara barang wisata dan barang yang digunakan untuk perjalanan ke daerah tujuan wisata. Dalam menentukan fungsi permintaan kunjungan objek wisata, pendekatan TCM menggunakan teknik ekonometrika berupa regresi sederhana. Kunjungan tamasya sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan diasumsikan berkorelasi negatif, menghasilkan kemiringan negatif pada kurva permintaan.

Surplus konsumen adalah perbedaan antara apa yang bersedia dibayar pembeli untuk barang atau jasa dan apa yang bersedia untuk dibayar. Surplus konsumen ada karena konsumen mendapatkan lebih dari yang mereka bayar, dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marjinal yang semakin berkurang. Alasan surplus konsumen terjadi adalah konsumen membayar setiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan utilitas yang diperoleh karena mampu membeli semua komoditas pada tingkat harga rendah yang sama (Djijono, 2002).

1.5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang dan tujuan yang telah dijabarkan diatas, maka dapat dikatakan bahwa penggunaan *Travel cost method (TCM)* menganalisis valuasi ekonomi objek wisata untuk mengetahui permintaan dan minat terhadap rekreasi alam terbuka. Konsep TCM adalah suatu metode yang didasarkan pada saling melengkapi antara barang wisata dan barang yang digunakan untuk perjalanan ke daerah tujuan wisata. Kerangka pemikiran dalam penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran.

1.6. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan tujuan yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi bahwa menentukan besarnya nilai ekonomi Way Belerang di KPH Way Pisang, Batu Serampok, Lampung Selatan sebagai penyedia jasa wisata alam dengan menggunakan (*Travel Cost Method*) TCM dapat dilakukan dengan baik apabila terjadinya interaksi (wawancara) secara langsung yang baik didalam proses penelitian. Faktor yang mempengaruhi biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) TCM adalah pendapatan pengunjung, umur pengunjung, tingkat

pendidikan, persepsi kualitas dan pengaruh substitusi tempat wisata. Faktor yang mempengaruhi ketersediaan membayar (*Willingnes to Pay*) adalah keindahan tempat wisata dan biaya perjalanan.

Fungsi kunjungan wisata Way Sulerang ditentukan oleh beberapa variabel bebas yang dapat digunakan untuk mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan tahunan Way Sulerang. Variabel independen yang digunakan untuk menganalisis kunjungan meliputi biaya perjalanan, pendapatan, usia, jarak tempuh, waktu tempuh, jumlah tanggungan, kebersihan objek wisata, aksesibilitas, waktu yang dihabiskan di situs, dan apa yang diketahui tentang situs, lama waktu. Data yang terkumpul diestimasi dengan menggunakan software SPSS (Tabel 20), yang digunakan untuk membentuk model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1[K_1]_i + \alpha_2[U_2]_i + \alpha_3[Pd_3]_i + \alpha_4[Pk_4]_i + \alpha_5[Pt_5]_i + \alpha_6[Pn_6]_i + \alpha_7[St_7]_i + \alpha_8[Tg_8]_i + \alpha_9[Ap_9]_i + \alpha_{10}[Mo_{10}]_i + \alpha_{11}[Wb_{11}]_i + \alpha_{12}[Kd_{12}]_i + \alpha_{13}[Wl_{13}]_i + \alpha_{14}[Fb_{14}]_i + e_i$$

Nilai koefisien variabel menentukan kecenderungan kunjungan wisatawan meningkat atau menurun. Dalam regresi linier berganda, ketika variabel independen dengan tanda positif meningkat, probabilitas rata-rata variabel dependen meningkat. Nilai variabel yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel maka semakin tinggi probabilitas rata-rata jumlah kunjungan. Sebaliknya tanda negatif berarti semakin besar nilai variabel cenderung menurunkan rata-rata peluang kunjungan ke Pemandian Way Belerang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kesatuan Pengelolaan Hutan Way Pisang

Secara geografis kawasan Hutan Way Pisang Gunung Rajabasa terletak pada 5°44' 47,88" s.d 5°49' 19,42" LS dan 105°35' 48,00" s.d 105°41' 21,00" BT. Perbatasan area adalah 60.220,70 meter. Secara administratif, KPH Way Pisang merupakan bagian dari wilayah administratif Kabupaten Kalianda, Penengahan, Rajabasa dan Bakauheni Provinsi Lampung Selatan. Kawasan KPHL model Rajabasa meliputi 5.160 ha, dengan rincian 176 ha merupakan hutan primer, 3.18 hektar merupakan hutan sekunder, dan 1.836 ha bukan hutan (RPHJR KPHL, 2014). Batas-batas wilayah KPHL Rajabasa adalah:

- berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah timur,
- berbatasan dengan Teluk Betung di sebelah barat,
- berbatasan dengan Provinsi Lampung Selatan di sebelah utara,
- berbatasan dengan Selat Sunda di sebelah selatan.

Wisata alam difokuskan pada pelestarian dan keindahan alam. KPH Way Pisang Gunung Rajabasa, Way Pisang dan Batu Serampok memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata alam seperti Air Terjun Curug Layang, Air Terjun Curug, Air Terjun Way Kalam, Air Terjun Pangkul Sukaraja, Air Terjun Canti, Air Terjun Kecapi dan Way Belerang Simpur. Sumber Air Panas dan Sumber Air Panas Belerang Sukamandi (KPHL Rajabasa, 2015). Pengelolaan yang optimal dari situs wisata alam akan menghasilkan hasil dan manfaat yang berkelanjutan jika penilaian terhadap potensi dan daya tarik situs dilakukan terlebih dahulu. Penilaian ini mengarah pada perencanaan yang kompeten. Faktor-faktor yang mempengaruhi rencana pengembangan wisata alam adalah faktor sumber daya manusia, lingkungan, kelayakan, dan keuangan/anggaran (Setiyono, 2012).

Di Wisata Way Belerang ini sendiri memiliki 2 jenis kolam yaitu kolam atas memiliki warna yang lebih pekat dan aroma belerang lebih menyengat dan kedalamannya sekitar 100 cm dengan pancuran air panas bersuhu 50-60 derajat. Kolam bagian bawah dengan air berwarna lebih jernih dan kolam lebih luas, kedalam sekitar 150 cm. Sumber air belerang alami muncul dari bagian bawah kolam.

2.2. Wisata Air Panas

Wisata alam berfokus pada pelestarian dan keindahan alam. KPH Way Pisang memiliki objek wisata alam yang dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata alam seperti: Air Terjun Kuruk Layan, Air Terjun Cugung, Air Terjun Wei Kalam, Air Terjun Pangkul Sukaraja, Air Terjun Kanti, Air Terjun Ketchapi, Sumber Air Panas, Sulfur Singpur Way, Pemandian Belerang Sukamandi (KPHL Rajavasa), 2015). Pengelolaan yang optimal dari situs wisata alam akan menghasilkan hasil dan manfaat yang berkelanjutan jika penilaian terhadap potensi dan daya tarik situs dilakukan terlebih dahulu. Penilaian ini mengarah pada perencanaan yang kompeten. Faktor-faktor yang mempengaruhi rencana pengembangan wisata alam adalah faktor sumber daya manusia, lingkungan, kelayakan, dan keuangan/anggaran (Setiyono, 2012).

Sumber mata air panas adalah mata air panas yang terbentuk dari air bawah tanah yang keluar dari kerak bumi akibat panas bumi. Suhu air panasnya 37°C (suhu tubuh manusia) atau lebih tinggi, namun ada juga mata air panas yang mengeluarkan air panas di atas titik didihnya. Ada banyak mata air panas di seluruh dunia, termasuk yang ada di dasar laut dan samudera. Karena air panas memiliki kemampuan tinggi untuk mengencerkan padatan mineral, mata air panas mengandung mineral seperti kalsium, litium, dan radium. Mandi air mineral hangat diyakini dapat menyembuhkan berbagai penyakit. Mata air panas atau mata air panas mengeluarkan air yang lebih panas dibandingkan dengan mata air panas biasa (KPHL Rajabasa, 2015).

2.3. Valuasi Ekonomi

Nilai adalah suatu objek, aktivitas atau ide yang dinyatakan oleh individu yang mengendalikan dalam mengarahkan minat, sikap, dan kepuasan (Djemari, 2008). Nilai (*value*) merupakan suatu persepsi seseorang tentang harga yang diberikan terhadap suatu tempat dan waktu tertentu. Penilaian (valuasi) adalah kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan konsep dan metodologi untuk menduga nilai barang dan jasa (Dijiono, 2002). Kegunaan, kepuasan dan kesenangan adalah istilah-istilah lain yang diterima dan berkonotasi sebagai nilai atau harga. Ukuran suatu harga dapat ditentukan oleh waktu, barang atau uang yang akan dikeluarkan seseorang untuk memiliki, menggunakan dan menikmati barang atau jasa sesuai keinginan. Valuasi ekonomi merupakan upaya memberikan nilai kuantitatif terhadap suatu barang maupun jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dibagi kedalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survey atau penilaian hipotesis yang disajikan sebagai berikut (Dijiono, 2002):

1. Pendekatan Orientasi Pasar

- a) Penilaian atau Evaluasi utilitas berdasarkan harga pasar aktual barang dan jasa (*Actual Based Market Method*):
 - i. Perubahan output (*Change In Productivity*)
 - ii. Metode disabilitas (*Loss Of Earning Methods*)
- b) Penetapan biaya menggunakan harga pasar aktual untuk input perlindungan lingkungan.
 - i. Pengeluaran pencegahan (*Averted Defensif Expenditure Methods*)
 - ii. Biaya penggantian (*Replacement Cost*)
 - iii. Proyek bayangan (*Shadow Project Methods*)
 - iv. Analisis keefektifan biaya
- c) Penggunaan metode pasar pengganti (*Surrogate Market Based Methods*)
 - i. Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - ii. Pendekatan nilai kepemilikan
 - iii. Pendekatan lain terhadap nilai tanah

- iv. Biaya perjalanan (*Travel Cost*)
- v. Pendekatan perbedaan upah (*Wage Differential Methods*)
- vi. Penerimaan kompensasi/pampasan

2. Pendekatan Orientasi Survei

- a) Pertanyaan langsung terhadap kemauan membayar (*Willingness To Pay*)
- b) Pertanyaan langsung terhadap kemauan dibayar (*Willingness To Accept*)

2.4. Travel Cost Method (TCM)

Menurut Jala (2015) Salah satu metode evaluasi ekonomi untuk mengevaluasi jasa lingkungan yang ditargetkan oleh pariwisata adalah Travel Cost Method (TCM). Metode biaya perjalanan adalah waktu dan biaya perjalanan yang diperlukan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat dan merepresentasikan harga untuk mengakses tempat tersebut (Zulpikar, 2017). Hukum biaya perjalanan adalah waktu dan biaya perjalanan yang harus dibayar oleh seorang pelancong untuk mengunjungi suatu objek wisata, harga akses ke objek wisata tersebut (Salma dan Indah, 2004). Metode pendekatan biaya perjalanan ini sering digunakan untuk menggambarkan permintaan sumber daya alam dan jasa yang terkait dengan kawasan wisata (rekreasi).

Biaya perjalanan adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung selama perjalanan rekreasi, termasuk konsumsi, transportasi, dokumentasi, dan biaya lainnya selama rekreasi. Biaya masuk ke lokasi wisata bersifat tetap dan tidak diperhitungkan dalam menghitung biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisis pariwisata. Menurut Fauzi (2004), Metode Biaya Perjalanan (TCM) terutama digunakan untuk menganalisis permintaan kegiatan rekreasi luar ruangan seperti memancing, berburu, dan mendaki gunung. Pada dasarnya, metode ini melihat berapa biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi resor di atas. Nilai konsumen terhadap sumber daya alam dan lingkungan diperkirakan berdasarkan pengetahuan tentang pola pengeluaran mereka. Dengan menggunakan metode ini, Anda dapat mengukur manfaat dan biaya perubahan dalam:

1. Perubahan biaya akses (tiket) tempat rekreasi,
2. Penambahan tempat rekreasi baru,

3. Perubahan kualitas lingkungan pada tempat rekreasi,
4. Penutupan tempat rekreasi yang ada.

Terdapat dua teknik yang dapat digunakan untuk menentukan nilai ekonomi berdasarkan TCM, yaitu *Zonal Travel Cost Method* (ZTCM) dan *Individual Travel Cost Method* (ITCM). ZTCM merupakan pendekatan yang relatif mudah dan murah. Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur keseluruhan nilai waktu luang yang ditawarkan suatu tempat. Mempertimbangkan apa yang digunakan untuk membangun fungsi permintaan dan memperkirakan surplus konsumen atau manfaat ekonomi dari layanan rekreasi dari suatu lokasi, biaya perjalanan dan waktu meningkat seiring dengan jarak. ITCM menggunakan data dari survey setiap pengunjung dalam analisis statistik, sehingga memerlukan data yang lebih banyak dan analisis lebih rumit, tetapi akan memberikan hasil yang lebih tepat (Mutiarani, 2011).

2.5. Surplus

Dalam ilmu ekonomi, surplus dapat dibagi menjadi dua jenis: surplus produsen dan surplus konsumen. Surplus konsumen adalah kepuasan tambahan yang diterima konsumen dengan membayar harga yang lebih rendah untuk suatu produk daripada yang bersedia mereka bayar. Dengan kata lain, surplus konsumen adalah selisih antara harga tertinggi yang bersedia dibayar konsumen dan harga yang sebenarnya harus mereka bayar. Surplus konsumen adalah ketika konsumen mengkonsumsi sejumlah barang tertentu dengan pengorbanan total (dinilai dengan uang) untuk mendapatkan atau mengkonsumsi sejumlah barang. Itu adalah kelebihan atau perbedaan dalam kepuasan total atau utilitas (diukur dalam istilah moneter) yang dinikmati (Samuelson dan Nordhaus 2003). Surplus konsumen adalah kepuasan tambahan atau penggunaan yang diterima konsumen dengan membayar harga untuk komoditas yang biasanya lebih rendah dari harga sebenarnya. Konsumen biasanya membeli barang karena mereka membawa kekayaan atau memberikan utilitas. Surplus konsumen menghitung manfaat yang mereka terima.

Surplus produsen adalah jumlah atau biaya yang dibayar penjual untuk suatu barang, dikurangi biaya produksi barang tersebut (Mankiw et al. 2012).

Surplus produsen adalah pendapatan tambahan yang diperoleh pengusaha dari asumsi harga suatu barang, yang biasanya lebih tinggi dari harga asli yang dia hitung. Equilibrium dicapai ketika penjual dan pembeli menyepakati harga dan kuantitas. Harga keseimbangan adalah harga yang disepakati oleh produsen dan konsumen. Domain yang mewakili keinginan produsen untuk mengeluarkan barang disebut surplus produsen, dan domain yang mewakili keinginan konsumen untuk membeli disebut surplus konsumen (Joesron dan Fathorazi, 2012).

2.6. Pariwisata

Kepariwisataan Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata didefinisikan sebagai suatu kegiatan perjalanan dimana seseorang atau kelompok mengunjungi suatu tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan diri atau penelitian daya tarik wisata yang khas yang terdapat di suatu daerah. Jangka waktu sementara waktu untuk mengunjungi. Pariwisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah (Mutiarani, 2011).

Pariwisata merupakan suatu gejala, dimana orang “melarikan diri” dari kehidupan rutinitasnya, dengan tujuan mencari sesuatu yang belum pernah ia lihat, belum pernah mengalami, menyaksikan suatu yang unik, aneh”. Melakukan suatu perjalanan wisata, banyak dilakukan oleh masyarakat modern seperti sekarang ini. Dengan melakukan perjalanan wisata orang akan lebih mudah mengerti mengapa suatu bangsa berbeda dengan bangsa lain, hasil kebudayaannya ataupun teknologi yang dimilikinya (Yoeti, 2010). Menurut Yoeti (2010) untuk mendapat kesatuan dalam pengertian, suatu perjalanan dapat disebut pariwisata (*tourism*) jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Suatu perjalanan berlangsung dari satu tempat ke tempat lain. Perjalanan tersebut dilakukan di luar rumah biasa orang tersebut dan melintasi batas negara.
2. Melakukan perjalanan lebih dari 24 jam atau menempuh jarak lebih dari 100 mil dari perbatasan tempat tinggal atau tempat tinggal orang tersebut.

3. Tujuan perjalanan hanya untuk menikmati negara yang dikunjungi tanpa mencari nafkah atau pekerjaan tetap.
4. Uang yang dikeluarkan oleh seorang musafir berasal dari negara asal di mana si musafir biasa tinggal atau tinggal, bukan sebagai hasil dari bisnis yang dia tuju.

Pariwisata adalah segala bentuk perjalanan yang dikaitkan dengan kegiatan rekreasi yang dimaksudkan untuk mengisi waktu luang dengan melakukan perjalanan ke satu atau lebih tempat (Utomo et al. 2017). Pariwisata dianggap sebagai strategi untuk mendukung pengembangan kawasan yang memiliki potensi wisata (Aryunda, 2011). Pengembangan pariwisata sebagai sektor utama diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, memperluas lapangan kerja, memperluas peluang bisnis, meningkatkan peluncuran produk dan pemasaran, serta meningkatkan kesejahteraan pengunjung (Widiastari *et al.*, 2017).

2.7. Wisata Alam

Wisata alam adalah suatu bentuk kegiatan rekreasi dan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam, baik dalam keadaan alam maupun setelah dikelola, agar wisatawan memperoleh kesegaran jasmani dan rohani, pengetahuan, memperoleh pengalaman serta membangkitkan inspirasi dan kecintaan terhadap alam (Saragih, 1993). Wisata alam adalah kegiatan rekreasi dan wisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam, baik yang masih alami maupun yang sudah dibudidayakan, dan menjadikan suatu tempat sebagai daya tarik wisata. Wisata alam dijadikan sebagai penyeimbang antara kehidupan setelah aktivitas berat dan suasana hiruk pikuk kota. Segarkan pikiran dan tubuh melalui wisata alam sehingga lebih kreatif. Dalam melakukan wisata alam perlu dilakukan perlindungan kawasan alam, memberikan manfaat ekonomi dan menjaga keutuhan budaya masyarakat setempat. Ini akan menjadikan mereka desa wisata, dan desa akan memiliki potensi wisata dan akan dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti transportasi atau akomodasi. Ma'ruf (2014) menjelaskan bahwa konsep pariwisata dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian berdasarkan kegunaannya. Kriteria penetapan suatu kawasan

sebagai Kawasan Wisata Alam adalah:

1. Wisata alam (*Natural Tourism*) adalah suatu aktifitas wisata yang dipertunjukkan terhadap kondisi alam atau daya tarik panorama. Adapun kriteria suatu wilayah yang ditetapkan sebagai kawasan wisata alam, yaitu:
 - a. Atraksi alam berupa tumbuhan, satwa, atau ekosistem dengan fenomena alam dan bentukan geologi yang menarik.
 - b. Memiliki luasan yang cukup untuk mempertahankan fungsi, potensi dan daya tarik wisata dan rekreasi di alam.
 - c. Kondisi lingkungan sekitar menjadi pendorong berkembangnya wisata alam.
2. Wisata budaya adalah wisata dengan obyek budaya sebagai obyek wisata dengan pendekatan pendidikan.
3. Ekowisata (ekowisata, wisata hijau atau wisata alternatif) adalah ekowisata yang ditujukan untuk perlindungan sumber daya alam atau lingkungan hidup dan industri pariwisata.

2.8. Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang berasal dari daerah lain maupun negara asing, tidak menetap atau bekerja di sana secara tetap, tetapi menghabiskan waktu sementara di negara tempat tinggalnya dan menerimanya di tempat lain (Soekadijo, 2000). Ismayanti (2010) mengidentifikasi empat jenis wisatawan:

- a. Wisatawan Massal Kelompok (*Organized Mass Tourist*)
- b. Wisatawan Massal Individu (*Individual Mass Tourist*)
- c. Penjelajah (*Explorer*)
- d. Petualang (*Drifter*)

Wisatawan merupakan faktor utama dalam pariwisata. Interaksi timbal balik jasa lingkungan antara wisatawan dengan objek wisata didukung oleh berbagai sarana prasarana wisata yang ada, jika kegiatan wisata dilakukan. Destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan dianggap menarik (Kuntowijoyo, 2006).

2.9. Permintaan Wisata

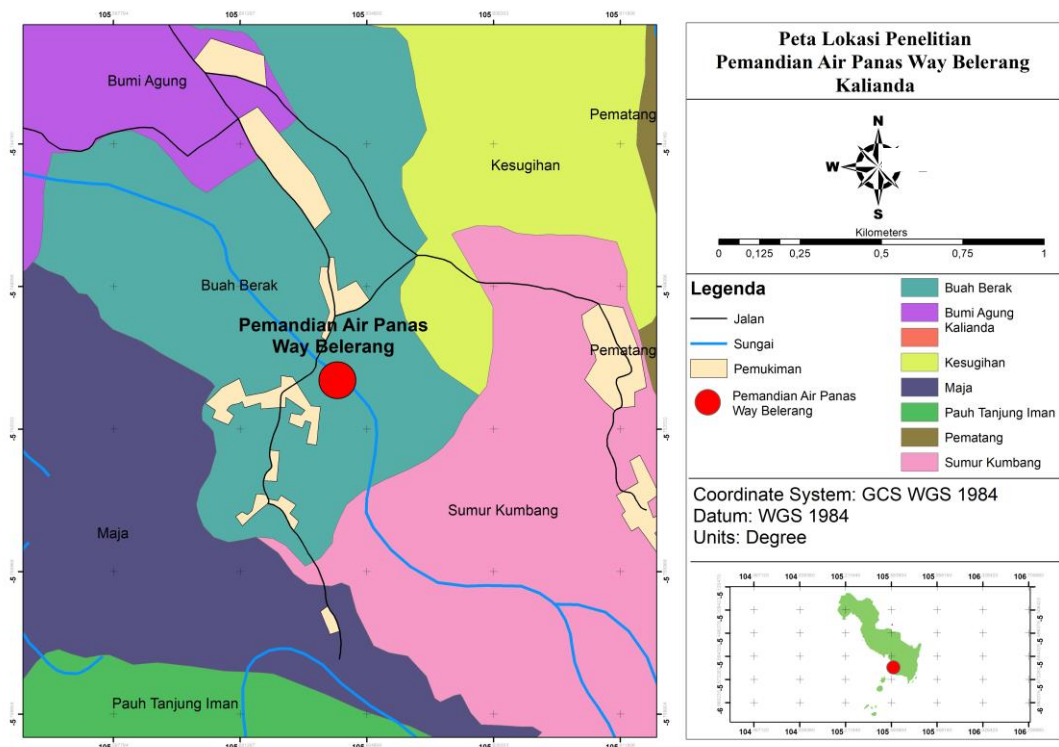
Menurut Yoeti (2008) minat dalam industri wisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda tidak hanya sifat, akan tetapi manfaat dan kepatuhan bagi wisatawan. Yang perlu diketahui dan diperhatikan adalah bahwa fasilitas dan produk diproduksi atau ditawarkan oleh perusahaan yang berbeda dan dibutuhkan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda. Meskipun fasilitas dan produk tersebut sangat berbeda (*heterogen*), namun permintaan akan produk dan fasilitas tersebut sangat erat kaitannya dengan kebutuhan wisatawan selama perjalanannya (*combined demand*).

Waktu senggang, biaya, sarana dan prasarana merupakan kebutuhan potensial bagi pariwisata. Permintaan ini harus diterjemahkan menjadi permintaan aktual dalam suatu keputusan pariwisata. Pengambilan keputusan dilakukan secara bertahap, mulai dari kebutuhan, keinginan berwisata, dan kebutuhan primer sendiri. Ada empat unsur utama dalam pariwisata yang saling berkaitan atau terhubung dalam suatu sistem, yaitu *The demand* atau kebutuhan, *supply* atau perjalanan pemenuh kebutuhan itu sendiri, pasar dan lembaga yang berperan dalam memfasilitasi keduanya, dan aktor atau aktor penggerak ketiga faktor tersebut. Komponen kunci dari permintaan pariwisata adalah wisatawan dan penduduk lokal yang menggunakan sumber daya produk dan jasa pariwisata (Mutiarani, 2011).

III. METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada Oktober - November tahun 2022. Penelitian ini bertempat di Way Belerang Desa Sukamandi Kalianda, Lampung Selatan, KPH Way Pisang, Batu Serampok. Peta lokasi Way Belerang sebagai berikut pada Gambar 2.



Sumber: Birgita Setiawan, 2022

Gambar 2. Peta Lokasi Way Belerang.

3.2. Alat dan Bahan

Adapun bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literature serta data dari berbagai sumber terpercaya. Objek penelitian yang digunakan adalah pengunjung wisata Way Belerang Desa Sukamandi, Lampung Selatan, Kalianda.

Sedangkan Alat digunakan adalah kuisisioner, handphone, laptop dan kamera.

3.3. Jenis Data

Data didalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer meliputi karakteristik pengunjung, persepsi pengunjung dan biaya perjalanan. Sedangkan data sekunder meliputi gambar dan data jumlah pengunjung dari berbagai instansi terkait (Dinas Pariwisata). Sedangkan untuk pengambilam data sekunder dikumpulkan atau didapat dari sumber terpercaya (jurnal, buku, skripsi dll).

3.4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data di Way Belerang menggunakan data primer dan sekunder. Data primer selain dengan pengamatan, observasi dan kuisisioner yang diambil dari responden (Pengunjung) dan masyarakat yang dipilih secara *random by accidental sampling* (pengunjung). Data sekunder diperoleh dari Studi pustaka sebagai penunjang dan pendukung dalam judul penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data-data penilaian pengunjung dengan memberikan pertanyaan terhadap responden (pengunjung) Way Belerang. Pengunjung harus memenuhi kriteria berikut:

1. Rombongan Besar diwakili oleh ketua rombongan dan beberapa perwakilan (Pengunjung dengan umur 17-65).
2. Rombongan Kecil diwakili oleh ketua rombongan (Pengunjung dengan umur 17-65).
3. Keluarga diwakili oleh kepala keluarga atau semua anggota keluarga (Pengunjung dengan umur 17-60).

3.5. Metode Analisis

Metode analisa data Way Belerang menggunakan analisis biaya perjalanan *Travel Cost Method* (Metode biaya perjalanan) merupakan suatu metode yang dapat digunakan dalam menilai sumberdaya yang tidak memiliki nilai pasar (*nonmarket resources*) dengan memodelkan permintaan terhadap jasa lingkungan berupa rekreasi.

3.5.1. Analisis Biaya Perjalanan

Biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) merupakan waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayar oleh para wisatawan saat mengunjungi suatu tempat wisata, ini merupakan harga untuk membayar akses ke tempat wisata (Salma, 2004). Menurut Arikunto (2003) analisis biaya perjalanan ke Wisata Air Way Belerang dapat dilakukan dengan menentukan sampel dari populasi pengunjung Way Belerang tersebut. Rumus untuk menentukan sampel pengunjung yaitu menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah pengunjung

e = Nilai kritis (batas penelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel)

1 = Bilangan konstan

Populasi pengunjung Way Belerang selama 3 tahun terakhir 2019 – 2021 (Arsip Pengunjung Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2022) Rata-rata keseluruhan 19.461 pengunjung dengan rincian seperti yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Way Belerang Tahun 2019 - 2021

Tahun	Jumlah Pengunjung (Orang)
2019	22.743
2020	16.388
2021	19.254
Rata – rata	19.461

Untuk pengambilan jumlah sampel pengunjung, digunakan rumus Solvin dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

$$n = \frac{19.461}{19.461(0,1)^2 + 1}$$

$$= 92,9 \approx 93$$

Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin diperoleh 93 responden penelitian. 93 sampel responden adalah sebagian pengunjung yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi pengunjung Way Belerang.

Menurut Sulistiyono (2007) nilai ekonomi wisata dapat diketahui dengan perhitungan besarnya biaya perjalanan pengunjung untuk berwisata menggunakan rumus sebagai berikut:

$$BPT = BTr + BD + (BKr - BKh) + L$$

Keterangan:

BPT = Biaya perjalanan total (Rupiah/orang/hari)

BTr = Biaya transportasi dari tempat asal ke tempat wisata yang dituju (Rupiah/orang)

BD = Biaya dokumentasi (Rupiah/orang)

BKr = Biaya konsumsi selama rekreasi (Rupiah/orang/hari)

BKh = Biaya konsumsi tidak melakukan rekreasi (Rupiah/orang/hari)

L = Biaya lain-lain (Rupiah/orang/hari)

Perhitungan besarnya biaya rata-rata perjalanan pengunjung untuk menuju wisata Way Belerang menggunakan rumus seperti dibawah ini (Ekwarso, 2010).

$$ATC = \sum \frac{BPT}{n}$$

Keterangan

ATC = Biaya rata-rata perjalanan pengunjung (Rupiah/orang)

BPT = Jumlah total biaya perjalanan pengunjung (Rupiah/orang)

n = Jumlah pengunjung yang diwawancara (Orang)

Nilai ekonomi obyek wisata dapat diketahui dari biaya perjalanan rata – rata pengunjung dikalikan jumlah total pengunjung selama satu tahun terakhir (Siregar, 2010).

Menurut Purwanto (2013) biaya rata-rata perjalanan per zona dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$ATCi = \frac{\sum_{i=1} BPTji}{Ni}$$

Keterangan:

ATCi = Biaya perjalanan rata-rata dari zona i (rupiah/hari orang kunjungan)

BPTji = Jumlah total biaya perjalanan ke j dari zona I (rupiah/hari orang kunjungan)

Ni = Jumlah total pengunjung dari zona i (orang)

Zona pengunjung asal pengunjung di analisis secara deskriptif dengan mengetahui asal pengunjung lalu ditabulasi dan dibagi berdasarkan pembagian zona yaitu dalam Kabupaten, Luar Kabupaten dan Luar Provinsi. Pendekatan dilakukan dengan menggunakan metode *Travel Cost*. Zonasi adalah pendekatan yang relatif simpel dan murah karena data yang diperlukan mengandalkan data sekunder dan data responden pada saat survei. Dengan memperoleh data ini dan data jarak, waktu perjalanan, serta biaya setiap perjalanan per-satuan jarak diperoleh biaya perjalanan secara keseluruhan (*Travel Cost*) dan kurva permintaan untuk kunjungan ke tempat wisata (Fauzi, 2004).

3.5.2. Analisis Persepsi Pengunjung

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuisioner dan wawancara secara langsung. Data yang diambil untuk persepsi pengunjung Wisata Way Belerang dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2016) skala likert dapat digunakan dalam mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert juga dapat digunakan untuk menentukan posisi pengunjung dalam menyikapi suatu objek dari positif sampai negatif. Skala likert terbagi menjadi beberapa variable. Variabel meliputi Fasilitas, promosi dan Informasi, Daya Tarik Wisata dan Persepsi Pengunjung. Indikator menjadi pedoman dalam menyusun pertanyaan atau pernyataan dengan kategori kurang baik bernilai 1, cukup baik bernilai 2, baik bernilai 3 dan sangat baik bernilai 4. Jawaban dari masing-masing item skala likert dengan klasifikasi sebagai berikut pada Tabel 2.

Tabel 2. Persepsi Pengunjung tentang Wisata Way Belerang

Aspek	Sub Aspek	Kategori Dan Bobot Penilaian			
		Kurang Baik (1)	Cukup Baik (2)	Baik (3)	Sangat Baik (4)
Fasilitas	Tempat Parkir				
	Tempat Ibadah				
	Tempat Makan				
	Tempat Bilas				
	Tempat Sampah				
	Jalan menuju Wisata				
	Petunjuk arah				
Promosi dan Informasi	Kegiatan Promosi				
	Fasilitas Penunjang Informasi				
Daya Tarik Wisata	Kualitas Air Way				

	Belerang
	Kekeruhan Air
	Kejernihan Air
	Aroma Air (Pekat atau Ringan)
	Kualitas Kolam Way Belerang
	Bebas dari sampah
	Ketersediaan Air untuk berendam
	Jalan atau Lantai dikolam
	Ketersediaan kolam untuk menampung pengunjung
	Pemandangan Alam
Keamanan dan Kenyamanan	Kebersihan Tempat
	Keamanan Tempat
	Ruang Tunggu

Analisis dan pemodelan karakteristik pengunjung dalam penelitian menggunakan model regresi linear berganda. Yang secara matematik disajikan pada persamaan berikut ini:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1[K_1]_i + \alpha_2[U_2]_i + \alpha_3[PD_3]_i + \alpha_4[PK_4]_i + \alpha_5[PT_5]_i + \alpha_6[PN_6]_i + \alpha_7[ST_7]_i + \alpha_8[TG_8]_i + \alpha_9[AP_9]_i + \alpha_{10}[MO_{10}]_i + \alpha_{11}[WB_{11}]_i + \alpha_{12}[KD_{12}]_i + \alpha_{13}[WL_{13}]_i + \alpha_{14}[FB_{14}]_i + e_i$$

Keterangan:

Y = Biaya perjalanan pengunjung wisata Way Belerang

[K₁]_i = Kelamin
 [U₂]_i = Umur
 [Pd₃]_i = Pendidikan
 [Pk₄]_i = Pekerjaan
 [Pt₅]_i = Pekerjaan Tambahan
 [Pn₆]_i = Pendapatan
 [St₇]_i = Status
 [Tg₈]_i = Tanggungan
 [Ap₉]_i = Asal Pengunjung
 [Mo₁₀]_i = Motivasi
 [Wb₁₁]_i = Waktu Berkunjung
 [Kd₁₂]_i = Kendaraan
 [Wl₁₃]_i = Waktu Luang
 [Fb₁₄]_i = Frekuensi Berkunjung
 α = Konstanta
 e_i = Standar error

Dalam penelitian ini perhitungan nilai ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu. Fauzi (2004) menjelaskan bahwa dapat mengukur suatu surplus konsumen dari nilai WTP terhadap lokasi wisata. Untuk menghitung nilai surplus konsumen dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Surplus Konsumen} : \frac{Y^2}{2bi}$$

Keterangan:

Y = Jumlah Kunjungan oleh individu ke i

bi = koefisien dari biaya perjalanan

3.6 Pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan wawancara secara langsung. Wawancara dilakukan dengan pengunjung dengan menanyakan 4 aspek yaitu tentang aspek fasilitas, promosi dan informasi, daya tarik wisata dan

keamanan serta kenyamanan di Way Belerang. Dalam pelaksanaan metode ini pendekatan pengolahan data melalui metode statistik atau matematik yang terkumpul dari data sekunder (Jurnal, Buku Skripsi dll). Setelah itu dilakukan pengolahan data dan data karakteristik pengunjung.

3.7 Pengamatan

Menurut (Sugiyono, 2009) observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik lain. Observasi dilakukan untuk memperoleh data terkait sarana prasarana, berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam. Sarana prasarana seperti gedung dan kantin atau gazebo, untuk menarik minat pengunjung agar berkunjung ke Wisata Air Way Belerang. Pengamatan dilakukan untuk memberikan penilaian terhadap tempat wisata atau tempat rekreasi selaras dengan pengunjung lain atau tidak. Penialian setiap individu berbeda sehingga harus dilakukan pengolahan data dan mendapatkan hasil rata-rata penilaian atau persepsi pengunjung secara keseluruhan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi pengunjung mengenai wisata Permandian Air Panas Way Belerang sebagai rekreasi alam yang aman, tempat ibadah ada namun sedikit rusak dan kotor, tempat makan cukup tersedia dan perlu sedikit perbaikan secara fisik, tempat bilas tersedia dan baik, kebersihan di lokasi wisata sudah dikelola sehingga pengunjung sering tidak dibuang pada tempatnya, akses menuju lokasi mudah karena sudah tersedianya petunjuk arah dan jalan sudah baik. Upaya kegiatan promosi harus lebih ditingkatkan lagi dan dibutuhkan penunjang promosi dan informasi Way Belerang yang tersedia. Sebagian besar pengunjung menganggap kualitas air Permandian Air Panas Way baik dari kekeruhan air, kejernihan air, aroma yang tidak terlalu pekat. Pengunjung juga menganggap kualitas kolam dan lantai kolam untuk menampung pengunjung sudah cukup baik serta bebas dari sampah. Pemandangan alam yang indah dan asri juga menjadi salah satu alasan pengunjung untuk berekreasi dengan keluarga. Ketersediaan ruang tunggu atau gazebo juga sudah tersedia dengan baik sehingga para pengunjung yang tidak berendam dapat menaruh barang bawaan dengan aman digazebo.
2. Perbandingan biaya rata – rata perjalanan berdasarkan zona asal pengunjung berdasarkan zona dalam kabupaten sebesar Rp 23.083/zona/kali kunjungan, dari zona luar kabupaten atau zona dalam provinsi sebesar Rp 55.195/zona/kali kunjungan, dan zona luar provinsi sebesar Rp 114.545/zona/kali kunjungan.
3. Berdasarkan metode biaya perjalan, rata – rata biaya yang dikeluarkan untuk berwisata ke Pemandian Air Panas Way Belerang sebesar Rp 58.876

/orang/kali kunjungan sehingga nilai ekonomi yang didapatkan dari Wisata Way Belerang sebesar Rp 1.145.785.836/tahun.

4. Faktor sosial ekonomi dan persepsi pengunjung yang dapat berpengaruh terhadap jumlah kunjungan yaitu frekuensi berkunjung, jenis kelamin, status, pendapatan, asal pengunjung, pekerjaan, waktu berkunjung, waktu luang, pekerjaan tambahan, motivasi, kendaraan, pendidikan, usia, jarak tempuh dan tanggungan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan, sebagai pengunjung Way Belerang dan peneliti adapun saran yang dapat disampaikan sebagai masukan dan kritik dalam peningkatan pengembangan wisata Way Belerang adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan perhitungan manfaat langsung dan tidak langsung lainnya untuk menentukan total nilai ekonomi dan mengembangkan Way Belerang lebih lanjut.
2. Wisata Pemandian Air Panas Way Belerang merupakan suatu kawasan wisata yang dapat dikatakan sangat terjangkau, dibutuhkan upaya promosi dan pemberian pengetahuan tentang keberadaan wisata Way Belerang yang masih sangat kurang. Oleh karena itu, upaya kegiatan promosi juga dapat dilakukan melalui berbagai media sosial. Promosi harus lebih ditingkatkan lagi dan dibutuhkan penunjang promosi dan informasi Way Belerang yang tersedia untuk promosi tempat wisata agar wisata lebih ramai dikunjungi pengunjung agar wisatawan lebih banyak yang berkunjung ke Way Belerang.
3. Perbaikan fasilitas umum juga sangat penting seperti tempat ibadah, tempat parkir dan tempat duduk untuk bersantai. Masyarakat sekitar dapat memanfaatkan wisata Way Belerang sebagai objek untuk dijadikan pemasukan tambahan daerah. Dibutuhkan perbaikan plavon pada toilet dan beberapa warung atau tempat makan di Way Belerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahaji, S. 2016. Pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap citra objek wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*. 7 (2): 134–148.
- Abdullah, T. 2017. Penilaian Wisatawan akan Atribut Pariwisata di Kota Batu. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*. 7 (2): 1–18.
- Affandy, W. 2004. Studi Daya Dukung Pengelolaan Pariwisata Air Terjun Wiyono Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman Provinsi Lampung. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 74.
- Akhmad, F. 2004. Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Akhmad, F. 2006. Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Akhmad, F. 2010. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Akbar, Sher, Som, Puat, M. A. Wadood, Fazli dan Alzaidiyeen N.J. 2010. Revitalization of service quality to gain customer satisfaction and loyalty. *International Journal and Business Management*. 5(6): H: 113-122
- Alam, M.M. 2009. The Relationship Between The Emotional Intelligence And Job Satisfaction: *Empirical Finding From Higher Education Institution in Malaysia*. *Journal of Management And Social Sciences*. 5 (2): 124-139.

- Anggraeni, D. 2013. Persepsi wisatawan terhadap variasi objek wisata di Pantai Glagah Kulonprogo. Bumi Indonesia. 2 (4): 1– 8.
- Anasthacia, N. 2014. Analisis permintaan wisatawan nusantara objek wisata Taman Nasional Karimunjawa Kabupaten Jepara. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Arifin, Hadi S.A., Munandar, N.H.S., Arifin, Q., Pramukanto., Damayanti, V.D. 2007. Sampoerna Hijau Kotaku Hijau : Buku Panduan Penataan Taman Umum, Penanaman Tanaman, Penanganan Sampah Dan Pemberdayaan Masyarakat. Jakarta.
- Ariftia, R.I. 2014. Nilai ekonomi total hutan mangrove desa margasari kecamatan labuhan maringgai kabupaten lampung timur. *Jurnal sylva lestari*. 2(3): 19 – 28.
- Arikunto dan Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryunda, H. 2011. Dampak Ekonomi Pengembangan Ekowisata Kepulauan Seribu. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. 22(1).
- Asih, B.M. dan Muthohar I. 2012. Upaya pemecahan masalah lalu lintas akibat aktivitas sisi jalan yang tinggi dengan analisis tundaan (Studi Kasus: Jalan Kesehatan, Yogyakarta), The 15th FSTPT International Symposium, STTD Bekasi. Bekasi.
- Bahar, H., Marpaung, H. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyono, B. 2011. *Pembibitan Itik*. Cetakan Ke-2. Penebar Sawadaya, Jakarta.
- Choirunnisa B., Setiawan A., Masruri N. W. 2017. Tingkat kenyamanan di berbagai taman kota Di Bandar Lampung. *Jurnal Sylva Lestari*. 5(3) : 48 - 57.
- Damanik, Janianton, Weber., Helmut F. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. PUSBAR UGM & ANDI Yogyakarta. Yogyakarta.

- Djemari, M. 2008. Teknik penyusunan instrumen tes nontes. Mitra Cendikia. Yogyakarta.
- Djijono. 2002. Valuasi ekonomi menggunakan metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Racman, Propinsi Lampung. Makalah Pengantar Falsafat Sains. Program Pascasarjana/S3. IPB. Bogor.
- Effendi, A., Bakri S. dan Rusita. 2015. Nilai Ekonomi Jasa Wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Sylva Lestari*. 3(3):71-84.
- Evert, A., Yuwono S.B., Duryat. 2017. Tingkat Kenyamanan di Hutan Kota Patriot Bina Bangsa Kota Bekasi. *Jurnal Sylva Lestari*. 5(1):04-25.
- Fajri, K., Riyanto E.S, N. 2016. Strategi pengembangan destinasi pariwisata kota bandung dalam meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan asal Malaysia. *Tourism Scientific Journal*. 1(2), 167.
- Fauzi, A. 2014. Valuasi ekonomi dan penilaian kerusakan sumber daya alam dan lingkungan. PT Penerbit IPB Press.
- Fitriyya, M. 2012. Pengaruh pendidikan kesehatan tentang inisiasi menyusun dini melalui kombinasi metode ceramah-tanya jawab-leaflet terhadap pengetahuan dan sikap ibu hamil di RB An-Nisa Surakarta. Thesis. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Gilarso, T. 1993. Pengantar Ekonomi Mikro, Jilid 1. Kanisus. Yogyakarta.
- Gravitiani, E. 2010. aplikasi individual travel cost method di area publik. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta.
- Gray, H. P. 1970. *International Travel- International Trade*. Heath Lexington.
- Haab, T.C., dan Connell M. 2002. *Valuing Environmental and Natural Resources: The Economic of Non-Market Valuation*. Edward Elgar. USA.

- Hasibuan, Malayu S. P. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. PT. Bumi. Aksara. Jakarta.
- Heriawan, R. 2004. Peranan dan dampak pariwisata pada perekonomian Indonesia : Suatu Pendekatan Model I-O dan SAM. Disertasi. Doktoral Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hermawan. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Gramedia. Jakarta.
- Holloway, J., Cristopher, Humphreys, Claire Davidson, R. 2009. *The Business of Tourism (8th Edition)*. Pearson Education Limited. England.
- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Grasindo. Jakarta.
- Jala dan Nandagiri, L. 2015. *Evaluation of economic value of pilikula lake using travel cost and contingent valuation methods*. Aquatic Procedia. 4, 1315-1321.
- Joesron, T. S. dan Fathorrazi, M. 2012. Teori Ekonomi Mikro. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- KNLH. 2007. Buku panduan valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan. Deputi VII-Kementrian Negara Lingkungan Hidup. Jakarta.
- Koranti, K. 2017. Preferensi wisatawan terhadap Desa Wisata. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Kotler, Philip., Keller. 2007. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Kedua Belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Kuntowijoyo. 2006. Budaya dan Masyarakat. Tiara Wacana. Yogyakarta.
- Lipsey dan Courant R. 1997. *Makro Economics*. Alfabeta. Jakarta.
- Lovelock, C. dan Wright, L.K. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Indeks, Indonesia.

- Muhammad B. dan Darmawan A. 2017. Potensi lanskap untuk pengembangan Ekowisata di Hutan Lindung Resgister 25 Pematang Tanggang Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Sylva Lestari*. 5(2) : 12 – 22.
- Mankiw dan Gregory N. 2004. *Principle of Economics 3th*. Chriswan Sungkono (penerjemah). Pengantar Ekonomi Makro. Salemba Empat. Jakarta.
- Mardapi dan Djemari. 2008. Teknik Penyusunan Instrumen Tes Nontes, Mitra Cendekia Press. Jogjakarta.
- Ma'ruf, A.M. 2014. Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Aswaja Pressindo. Yogyakarta.
- Matek, A., Erlinda, N. dan Harahap. 2013. Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur. *Api Student Jurnal*. 1(1):12-22.
- Mcshane, Steven L., Glinow, V., Ann, M. 2010. *Organizational Behavior:Emerging Knowledge And Practice For The Real World*. New York: The. Mcgraw-Hill.
- Mufidah, D. 2019. Valuasi Ekonomi dengan Pendekatan Biaya Perjalanan Individual dan Faktor - faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata di Bukit Skunir Dieng Kabupaten Wonosobo. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Muntoro. 2009. Valuasi ekonomi Taman Wisata Tawangmangu. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada.
- Mutiarani, N. 2011. Analisis dampak ekonomi dan nilai ekonomi manfaat rekreasi Situ Cipondoh Tangerang^g. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Nisa, K., Fauzi, H. dan Abrani. 2014. Persepsi Wisata dan Masyarakat terhadap Wisata Alam di Areal Hutan Pendidikan UNLAM Mandiangin, Kalimantan Selatan. *Jurnal Hutan Tropis*, 2 (2): 119–126.
- Nuryanti, W. 2010. Pembaruan penataan ruang untuk perbaikan kualitas hidup di daerah dengan pendekatan kepariwisataan, Paper Rapat Kerja Nasional IA-ITB. Yogyakarta.

- Notoatmodjo, S. 2007. Promosi kesehatan dan ilmu perilaku. Rineka Cipta. Jakarta.
- Notoatmodjo, S. 2003. Pengembangan Sumber Daya Manusia. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nursalam. 2003. Konsep dan penerapan metodologi penelitian ilmu keperawatan pedoman skripsi. *Tesis*. Salemba Medika. Jakarta.
- Nugraha, F.D., Sutirman, S. 2016. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Menurunnya Jumlah Pengunjung di Obyek Wisata Air. Universitas Pasudan.
- Papalia D. E., Old, S.W., Feldman R. D. 2009. *Human Development*. Perkembangan Manusia. Salemba Humanika. Jakarta.
- Pearce, D.W., Turner, R.K. 1990. *Economics of Natural Resources and The Environment*. Harvester Wheatsheaf. London.
- Pearce, D.W., Moran D. 1994. *The Economic Value of Biodiversity*. *Journal The World Conservation Union*. 2(1) : 111-119.
- Pitana, I. Gede., Gayatri, Putu G. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta.
- Prenada, A., Bakri S. dan Herwanti S. 2017. Penilaian Jasa Wisata Kebun Binatang Bumi Kedaton Resort di Bandar Lampung dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Sylva Lestari*. 5(2):102 - 112.
- Purwanto. 2013. Evaluasi Hasil Belajar. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Putri, R.W., Qurniati R. dan Hilmanto R. 2015. Karakteristik Petani Dalam Pengembangan Hutan Rakyat Di Desa Buana Sakti Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Sylva Lestari*. 3(2):89-98.

- Rakhmat, J. 2013. Psikologi Komunikasi. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahmadani dan Febrian. 2015. *Persepsi Masyarakat Tentang Labeling Kampung Idiot Desa Karangpatihan*. Skripsi Thesis. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Salma dan Susilowati, I. 2004. Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu, Kota padang dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 1(2) : 153-165.
- Samuelson, Paul A., Nordhaus dan William, D. 2004. Ilmi Makro Ekonomi. PT. Media Edukasi. Jakarta.
- Sanjaya, R., Wulandari C. dan Herwanti S. 2017. Evaluasi Pengelolaan Hutan Kemasyarakatan (Hkm) pada Gabungan Kelompok Tani Rukun Lestari Sejahtera di Desa Sindang Pagar Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Sylva Lestari*, 5(2) : 30 – 42
- Saragih. 1993. Dampak Pengembangan Pariwisata terhadap Kehidupan Sosial di Daerah Jawa Tengah. Jawa Tengah.
- Sari, A. 2018. Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah. Studi Kasus: PT Bank Syariah Mandiri, TBK Tahun 2015-2017. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. 8 (5).
- Sari, D. 2013. Konsep Dasar Perpajakan. PT.Refika. Bandung.
- Sayangbatti, D. P. 2013. Motivasi dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi terhadap Minat Kunjungan Kembali di Kota Wisata Batu, 5 (2) : 126–136.
- Setiyono, B. 2012. Perencanaan Pengembangan Wisata Alam dan Pendidikan Lingkungan di Kawasan Hutan dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Cikampek. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 15(3): 62-69.

- Sihotang, J.S., Wulandari C. dan Herwanti S. 2014. Nilai Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan Provinsi Lampung dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost*). *Jurnal Sylva Lestari*. 2(3):11-18.
- Siregar dan Abubakar, A.N. 2010. Kualitas Pelayanan Penyuluhan dan Kepuasan Petani dalam Penanganan dan Pengolahan Hasil Ubi Jalar (*Ipomoea batatas L.*). *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 5(1).
- Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Penerbit PT Gramedia. Jakarta.
- Soekadijo, R. G. 1997. Anatomi Pariwisata. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Subrata, I.M., Sukarsa, M., Yuliarmi, N,N. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Wisatawan Domestik ke Pasar Seni Tradisional di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet. Bandung.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Suhaidin., Tahaimin. 2008. Artikel Motivasi dan Pembangunan Diri: Definisi, Pengertian, dan Motivasi Takrifan Motivasi.
- Suharto., Edi. 2009. Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat. PT Refika Aditama. Bandung.
- Sulistiyono, N. 2007. Pengantar Ekoturisme. Editor Buku Oding Affandi. Buku Panduan Praktik Pengenalan dan Pengelolaan Hutan Departemen Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Suparmoko. 2000. Keuangan Negara: Teori dan Praktek. BPFY-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Tambunan, N. 2009. Posisi Transportasi dalam Pariwisata. Universitas Mpu Tantular. Jakarta,.

- Tamin, O.Z. 2008. *Perencanaan, Pemodelan, & Rekayasa Teori, Contoh Soal, dan Aplikasi*. ITB. Bandung.
- Umar dan Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Rajafindo Persada. Jakarta.
- Untasib, H. 2007. *Diktat Mata Kuliah RAE DKSHE*. Fakultas Kehutanan. IPB. Bogor.
- Utomo, H., Putri, Y. L. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). *Among Makarti*. 10(19) : 70–90.
- UU No. 10 Tahun 2009. Direktorat Jenderal Hukum dan HAM. Jakarta.
- Wahab, S. 1975. *Tourism Management*. Tourism International Press. London.
- Walimbo, R., Wulandari, C. dan Rusita. 2017. Studi Daya Dukung Ekowisata Air Terjun Wiyono di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman Provinsi Lampung. *Jurnal Sylva Lestari*. 5(1):47-60.
- Widiastari. 2017. Analisis Faktor Penentu Kepuasan Wisatawan Perancis Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata di PT. Pacto Bali Prima Holidays Sanur Bali. Denpasar. *Jurnal Penelitian Agama Hindu: IHDN*. Denpasar.
- Winarni, M., Anjariah, S., dan Romas, M. Z. 2016. Motivasi Belajar Ditinjau Dari Dukungan Sosial Orangtua Pada Siswa SMA. *Jurnal Psikologi* 2.
- Yoeti, O.A. 2003. *Tours And Travel Marketing*. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Yoeti, O.A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya. Paramita. Jakarta.

Yoeti, O.A. 2010. Dasar-dasar Pengertian Hospitality Pariwisata, PT. Alumni. Bandung.

Zulfikar, W. 2017. Dampak Sosial, Ekonomi, dan Politis Dalam Pembangunan Bandara Udara Kertajati di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Caraka Prabu*. Vol. 01, No 01.