

**ANALISIS PERMINTAAN DAN ESTIMASI NILAI EKONOMI OBJEK
WISATA PANTAI SEBALANG DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN
DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN (*TRAVEL COST METHOD*)**

(Skripsi)

Oleh

Nurike Fransiska

1811021012



**JURUSAN EKONOMI
PEMBANGUNANFAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERITAS LAMPUNG**

2023

ABSTRACT

DEMAND ANALYSIS AND ESTIMATION OF ECONOMIC VALUE OF SEBALANG BEACH TOURISM AT LAMPUNG SELATAN DISTRICT USING THE TRAVEL COST METHOD

By

Nurike Fransiska

The purpose of this study was to analyze: (1) the effect of travel costs, travel costs to other attractions (Pasir Putih Beach), income, age, and previous visiting experience on the demand for Sebalang Beach attractions. (2) estimate the economic value of Sebalang Beach attractions using the travel cost method. The sampling method in this study used purposive sampling with a sample size of 100 respondents from Sebalang Beach visitors. The analytical tool used in this research is multiple linear regression using Ordinary Least Square (OLS) with the number of requests to Sebalang Beach attractions as the dependent variable, and there are five independent variables, namely the cost of travel to Sebalang Beach attractions, travel costs to other attractions, income, age, and previous visiting experience. The results showed that two variables had a significant effect on the number of requests for Sebalang Beach attractions, while the variables were age and previous visiting experience. The economic value of the Sebalang Beach tourist attraction is Rp. 33. 849.146.332.

Keyword : *Economic Value¹, Sebalang Beach Tourism Demand², Individual Travel Cost Method³.*

ABSTRAK

ANALISIS PERMINTAAN DAN ESTIMASI NILAI EKONOMI OBJEK WISATA PANTAI SEBALANG DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN (*TRAVEL COST METHOD*)

Oleh

Nurike Fransiska

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis : (1) pengaruh biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap permintaan objek wisata Pantai Sebalang. (2) mengestimasi nilai ekonomi objek wisata Pantai Sebalang menggunakan metode biaya perjalanan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden dari pengunjung Pantai Sebalang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan *Ordinary Least Square* (OLS) dengan jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang sebagai variabel terikat, dan terdapat lima variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua variabel berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang adapun variabel tersebut yaitu variabel umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Nilai ekonomi objek wisata Pantai Sebalang adalah sebesar Rp. 33. 849.146.332.

Kata Kunci: *Metode Biaya Perjalanan Individual¹, Nilai Ekonomi², Permintaan Pariwisata Pantai Sebalang³.*

**ANALISIS PERMINTAAN DAN ESTIMASI NILAI EKONOMI OBJEK
WISATA PANTAI SEBALANG DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN
DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN (*TRAVEL COST METHOD*)**

Oleh

Nurike Fransiska

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Mencapai Gelar Sarjana

Ekonomi

Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS LAMPUNG**

2023

Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN DAN ESTIMASI NILAI EKONOMI OBJEK WISATA PANTAI SEBALANG DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN (TRAVEL COST METHOD)**

Nama Mahasiswa : **Nurike Fransiska**

Nomor Induk Mahasiswa : **1811021012**

Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



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

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

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



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



Penguji II : Zulfa Emalia, S.E., M.Sc.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Januari 2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurike Fransiska

NPM : 1811021012

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Permintaan Dan Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang Di Kabupaten Lampung Selatan Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)” adalah hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, selain itu atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, maka saya siapmenerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar lampung, 14 Februari 2023



Nurike Fransiska

RIWAYAT HIDUP



Nurike Fransiska, lahir pada tanggal 23 Juli 2000 di Desa Mutar Alam, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara buah kasih dari pasangan Bapak Idham dan Ibu Mulyanah. Penulis mengawali pendidikan taman kanak-kanak di TK Dharma Pertiwi Mutar Alam, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten

Lampung Barat pada tahun 2006. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Mutar Alam, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat pada tahun 2007 sampai dengan 2012. Pada jenjang selanjutnya, penulis menempuh pendidikan di MTS Al-Ikhlash Fajar Bulan, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat dari tahun 2012 sampai dengan 2015 dan penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat dari tahun 2016 dan diselesaikan pada tahun 2018.

Pada tahun 2018, penulis diterima sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung jurusan Ekonomi Pembangunan melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Penulis telah mengikuti program pengabdian langsung kepada masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat. Pada bulan agustus tahun 2021 penulis melaksanakan MAGANG di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Provinsi Lampung. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam berorganisasi di tingkat fakultas. Penulis aktif sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA) dan anggota *Economic Business Entrepreneurship Club* (EBEC).

MOTTO

*“Live as if you were to die tomorrow. Learn as if
you were to live forever.”*

-Mahatma Gandhi

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu,
padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu
menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui,
sedang kamu tidak mengetahui”

-Qs Al-Baqarah : 2

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alaamiin

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang telah diberikan, ku persembahkan skripsi ini kepada :

Pertama, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini dapat menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar. Kedua, kepada Kedua orang tuaku yaitu Bapak Idham dan Ibu Mulyanah, dan terakhir kepada saudara kandungku Zulkifli, Didi

Sanjaya dan Perta Andika.

Terima kasih yang tak terhingga aku ucapkan untuk kalian yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta do'a yang tiada henti dihaturkan kepada Allah SWT untuk kesuksesanku, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusyuk selain do'a yang terucap dari kedua orang tua. Terimalah persembahan bakti dan cintaku untuk Bapak dan Ibu tercinta, serta untuk kakak dan adikku.

Dan tak lupa almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alaamiin, Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Pembangunan. Skripsi ini berjudul "Analisis Permintaan dan Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang di Kabupaten Lampung Selatan Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)". Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan penuh kasih dan sayang penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Lampung.
3. Bapak Heru Wahyudi, S.E., M.Si selaku Sekertris Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Lampung.
4. Bapak Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, arahan, serta ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M Selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan, saran, motivasi dan nasihat, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Zulfa Emalia, S.E., M.SC Selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan, saran, motivasi dan nasihat, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak I Wayan Suparta, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan motivasi,

nasihat, dan bantuannya selama proses pendidikan penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan ilmu dan pelajaran selama masa perkuliahan.
9. Seluruh Karyawan/Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
10. Bapak dan Ibu tersayang, terima kasih atas cinta kasih dan sayang, dukungan, serta do'a yang dicurahkan selama ini.
11. Kedua Kakak dan Adikku tercinta yang memberikan semangat, dan menjadi motivator agar menjadi yang terbaik dan membanggakan untuk Bapak dan Ibu.
12. Sepupu terbaikku Lidia, Amel, dan Lusi yang selalu ada baik suka maupun duka dan yang selalu memberikan keceriaan serta motivasi kepada penulis.
13. Keluarga besarku Alm. Resani dan Alm. H. Suhudi, Uwa-uwaku, Tante-tanteku, Paman-pamanku dan sepupu-sepupuku tersayang yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat.
14. Sahabat selama perkuliahan dari awal masuk perkuliahan hingga akhir hayat, Finka, Evi, Anggi, Anggun, Annisa, dan Lystia.
15. Sahabat seperjuangan seperbimbingan Eiyantina, Anggi, dan Megeas, Terima kasih atas motivasi, nasihat, kebaikan, serta do'a dan bantuan yang telah diberikan selama ini.
16. Sahabat-sahabat SMA Putri, Ayu, Nina, Aan, Yopan, Rama, Arif, Sikun, Andre, Wahyu, Wahid yang selalu memberikan keceriaan, semangat dan dukungan kepada penulis.
17. Teman-teman KKN Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat, Dicky, Dynda, Zira, Sefti, Mona, dan Meisha. Terima kasih telah berbagi suka dan duka serta berbagi pengalaman selama KKN.
18. Teman-teman staf dan Ketua *Economic Business Entrepreneurship Club* (EBEC) 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih

banyak atas ilmu dan pengalaman, kerjasama, kenangan yang sangat luar biasa selama satu periode kepengurusan.

19. Seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan telah menjadi teman-teman yang terbaik selama ini. Semoga pertemanan dan silaturahmi kita tetap terjaga.

20. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung.

21. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan kebaikan bagi kita semua.

Aamiin.

Bandar Lampung, 14 Februari 2023

Penulis

Nurike Fransiska

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat penelitian.....	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Permintaan.....	11
2. Pariwisata	15
3. Permintaan Pariwisata	18
4. Wisatawan	21
5. Metode Biaya Perjalanan.....	22
6. Valuasi Ekonomi	25
7. Surplus Konsumen	27
8. Hubungan Antar Variabel Penelitian	28
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	33
B. Jenis dan Sumber Data.....	33
C. Metode Penentuan Sampel.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Spesifikasi Model.....	36
F. Definisi Operasional Variabel.....	36
G. Metode Analisis Data.....	38
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	38
2. Pengujian Asumsi Klasik	40
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
5. Penaksiran Nilai Ekonomi	45
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
BAB V.....	83
KESIMPULAN DAN SARAN	83
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2016-2020.....	3
2. Objek Wisata di Kabupaten Lampung Selatan	4
3. Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Lampung Selatan Tahun 2017-2021.....	5
4. Jumlah Pengunjung Ke Pantai Sebalang Tahun 2021.....	7
5. Ringkasan Kerangka Pemikiran	30
6. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	48
7. Karakteristik responden berdasarkan Umur	49
8. Karakteristik responden berdasarkan Domisili	49
9. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	50
10. Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan (Uang Saku) Perbulan	51
11. Karakteristik responden berdasarkan Pengalaman Berkunjung Sebelumnya	52
12. Karakteristik responden berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	52
13. Karakteristik responden berdasarkan Tujuan Kunjungan	53
14. Karakteristik responden berdasarkan Sumber Informasi Tempat Wisata.....	54
15. Karakteristik responden berdasarkan Kelompok Kunjungan	54
16. Karakteristik responden berdasarkan Transportasi	55
17. Karakteristik responden berdasarkan Biaya Perjalanan Ke Panatai Sebalang	55
18. Karakteristik responden berdasarkan Biaya Perjalanan Ke Objek Lain	56
19. Hasil uji validitas pada pengunjung	62
20. Hasil uji reliabilitas pada pengunjung.....	63
21. Hasil Uji Jarque-Bera	64
22. Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
23. Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

24. Hasil Analisis Regresi.....	66
25. Hasil Perhitungan Elastisitas.....	67
26. Hasil uji pasial (uji t).....	.69
27. Hasil Uji Bersama-sama (Uji F).....	70
28. Hasil Uji Determinasi (R2)	71
29. Hasil Analisis Regresi Untuk Memperoleh Surplus Konsumen.....	72
30. Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Pantai Sebalang.....	74
31. Pendapatan Pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang.....	76
32. Pengalaman Berkunjung Sebelumnya.....	77
33. Umur Pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva Permintaan.....	.15
2. Kerangka Pemikiran.....	.26
3. Kurva Surplus Konsumen27
4. Kerangka Pemikiran.....	.32
5. Penilaian responden pengunjung Pantai Sebalang mengenai aksesibilitas.....	.57
6. Penilaian responden pengunjung Pantai Sebalang mengenai keindahan.....	.58
7. Penilaian responden pengunjung Pantai Sebalang mengenai kebersihan59
8. Penilaian responden pengunjung Pantai Sebalang mengenai keamanan59
9. Penilaian responden pengunjung Pantai Sebalang mengenai fasilitas pendukung60
10. Penilaian responden pengunjung Pantai Sebalang mengenai usaha wisata61
11. Penilaian responden pengunjung Pantai Sebalang mengenai harga tiket masuk62
12. Surplus Konsumen Objek Wisata Pantai Sebalang.....	.73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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

Pariwisata adalah suatu perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari suatu tempat ke tempat lain untuk sementara waktu, yang tujuannya bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi untuk menikmati perjalanan dan hiburan atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam (Bakaruddin, 2008). Pariwisata merupakan sektor yang bersifat multidimensional, karena pariwisata dapat melibatkan beberapa aspek kegiatan seperti sosial, budaya, kesehatan, ekonomi, dan politik. Perkembangan sektor pariwisata berkaitan erat dengan pembangunan yang berkelanjutan, karena pembangunan pada sektor pariwisata cenderung kegiatan-kegiatan untuk melestarikan alam dan ramah lingkungan (Sukarso, 2020).

Industri pariwisata memainkan peran penting dalam perekonomian, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pendapatan devisa. Kondisi ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin agar dapat menguntungkan negara. Industri pariwisata memiliki kemampuan untuk mendorong keterbelakangan dan menciptakan lapangan kerja sehingga meningkatkan perekonomian secara positif

dengan memanfaatkan potensi alam suatu daerah, berdasarkan hal tersebut, indonesia menempatkan sektor pariwisata sebagai sektor andalan untuk pemasukan devisa negara sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat indonesia (Santosa, 2013).

Usaha untuk mengembangkan industri pariwisata di Indonesia didukung dengan UU No. 9 Tahun 1990 yang menyatakan bahwa “Dengan adanya objek wisata di suatu daerah akan sangat bermanfaat, yaitu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), memperluas kesempatan kerja, meningkatkan taraf hidup masyarakat, melestarikan alam dan budaya lokal, serta meningkatkan kecintaan terhadap lingkungan”. Bahkan pada beberapa daerah menunjukkan bahwa industri pariwisata mampu mendongkrak daerah tersebut dari keterbelakangan dan menjadikannya sebagai sumber pendapatan yang substansial.

Dalam konsep pembangunan berkelanjutan, perlunya kepastian upaya pelestarian antara konservasi sumber daya alam dan pembangunan ekonomi. Pencapaian ini bisa dilakukan dengan melalui valuasi ekonomi sebagai alat peningkatan *public awarness* pada lingkungan. Pengukuran nilai ekonomi pada kawasan hutan wisata dengan menggunakan metode valuasi ekonomi yaitu *Travel Cost Method* (TCM). TCM digunakan untuk menghasilkan model permintaan, sedangkan konsep surplus konsumen digunakan untuk menentukan nilai dan perbandingan (Matthew et al., 2019).

Travel Cost Method atau TCM barangkali dapat dikatakan sebagai metode yang tertua untuk pengukuran nilai ekonomi tidak langsung. Metode ini berasal dari pemikiran yang dikembangkan oleh Hotelling pada tahun 1931 dan setelah itu secara formal diperkenalkan oleh Wood dan Trice (1958) serta Clawson dan Knetsch (1966). Metode ini biasa digunakan untuk menganalisis permintaan pada rekreasi di alam terbuka, seperti berburu, memancing, hiking, dan lain sebagainya. Metode ini pada dasarnya mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi di atas. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen ini, kita bisa mengkaji berapakah nilai yang diberikan konsumen

kepada sumber daya alam dan lingkungan (Ahmad Fauzi, 2010).

Lampung sebagai salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi alam yang sangat menjanjikan. Provinsi ini terletak di ujung Pulau Sumatera bagian Selatan dan terdiri dari wilayah pesisir dan 70 pulau dengan garis pantai sepanjang 1.105 kilometer dan wilayah pegunungan di sebelah barat yang merupakan deretan perbukitan. Situasi ini dapat menjadi peluang bagi Provinsi Lampung untuk menggenjot sektor pariwisatanya. Manfaat pariwisata di Provinsi Lampung dapat membantu sektor tersebut untuk berkontribusi dalam menyukseskan pendapatan daerah atau provinsi dalam sektor jasa dan lainnya. Jenis wisata yang banyak terdapat di provinsi Lampung sangat beraneka ragam, prospektif, dan dapat diandalkan mulai dari pertanian, pertambangan, peternakan, perkebunan, perikanan, pariwisata, sampai kehutanan (Tazkia, 2012)

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2016-2020

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2016	7.381.774	155.053	7.536.827
2017	11.395.827	245.372	11.641.199
2018	13.101.371	274.742	13.376.113
2019	14.525.127	198.486	14.955.153
2020	2.548.394	1.531	2.549.925

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, 2021

Tabel 1 di atas menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung tahun 2017 sampai dengan tahun 2021. Dari tabel tersebut terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan Negara maupun Mancanegara selalu mengalami kenaikan dari tahun 2016 sampai tahun 2019, hal ini dipengaruhi dengan banyaknya objek wisata yang tersebar di Provinsi Lampung. Kemudian mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2020, hal tersebut dikarenakan pada tahun tersebut pandemi Covid-19 mulai masuk ke Indonesia tepatnya pada 2 Maret 2020 di Depok Jawa Barat, hal tersebut sangat berdampak buruk terhadap industri pariwisata, karena seluruh masyarakat harus mematuhi protokol kesehatan agar

Covid-19 tidak semakin menyebar, salah satunya yaitu dengan adanya pembatasan sosial berskala besar dan ditutupnya akses keluar-masuk Indonesia.

Provinsi Lampung memiliki luas wilayah mencapai 35.376,50 km² dan memiliki banyak tempat wisata yang tidak kalah indahnya dengan daerah lain di Indonesia. Salah satu dari 15 kabupaten/kota yang memiliki potensi wisata bahari di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Selatan. Ibu kota kabupaten ini terletak di Kecamatan Kalianda. Kabupaten Lampung Selatan memiliki luas wilayah 2.007,01 km² dan penduduk sebanyak 1.057.664 jiwa, dengan kepadatan 527 jiwa/km². Daerah yang terletak paling ujung bagian selatan pulau Sumatera ini terdiri dari 17 kecamatan dengan 256 desa dan 4 kelurahan. Kabupaten ini juga memiliki 42 pulau besar maupun kecil. Berikut 17 kecamatan yang ada di kabupaten Lampung Selatan yaitu Kecamatan Bakauheni, Candipuro, Jati Agung, Kalianda, Katibung, Ketapang, Merbau Mataram, Natar, Palas, Panengahan, Rajabasa, Sidomulyo, Sragi, Tanjung Bintang, Tanjung Sari, Way Panji, dan Way Sulan.

Tabel 2. Objek Wisata di Kabupaten Lampung Selatan

No	Nama Objek Wisata	Lokasi
1	Pantai Batu Lapis	Bakauheni
2	Pantai Legon Bawang	Bakauheni
3	Pantai Minang Rua	Bakauheni
4	Pantai Tanjung Tuha	Bakauheni
5	Slanik Waterpark	Jati Agung
6	Air Terjun Way Guyuran	Kalianda
7	Pantai Cuci Batu Kapal	Kalianda
8	Pantai Kedu	Kalianda
9	Pantai Kedu Warna	Kalianda
10	Pantai Lepas Kunjir	Kalianda
11	Pantai Sapenan	Kalianda
12	Pantai Teluk Nipah	Kalianda
13	Tanjung Helau	Kalianda
14	Way Belerang	Kalianda
15	Pantai Pasir Putih	Katibung
16	Pantai Tanjung Selaki	Katibung
17	Wisata Bambu Kuning	Ketapang

No	Nama Objek Wisata	Lokasi
18	Pantai Sebalang	Katibung
19	Wisata Tabek Indah	Natar
20	Way Tebing Cepa	Panengahan
21	Air Terjun Curug Layang	Penengahan
22	Air Terjun Way Kalam	Penengahan
23	Kahai Beach	Rajabasa
24	Pantai Banding	Rajabasa
25	Pantai Canti	Rajabasa
26	Pantai Merpati	Rajabasa
27	Pantai Pulau Subesi	Rajabasa
28	Pantai Pulau Umang-U mang	Rajabasa
29	Pantai Wartawan	Rajabasa

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan

Tabel 2 di atas menunjukkan objek wisata yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Dilihat dari tabel tersebut dari banyaknya kekayaan potensi wisata yang dimiliki Lampung Selatan, banyak wisatawan lokal maupun asing menjadikan Kabupaten Lampung Selatan sebagai pilihan untuk berwisata.

Kabupaten Lampung Selatan merupakan salah satu wilayah yang sangat potensial dalam upaya mengembangkan pembangunan pada sektor pariwisata, termasuk pada sektor wisata bahari khususnya pantai. Kabupaten Lampung Selatan mempunyai wisata pantai yang menjanjikan untuk dikembangkan, terbukti dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Lampung Selatan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Tabel 3. Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Lampung Selatan Tahun 2017-2021

No	Tahun	Mancanegara	Domestik	Jumlah
1.	2017	405	650.666	651.071
2.	2018	436	575.178	575.614
3.	2019	213	462.800	463.013
4.	2020	135	236.038	236.173
5.	2021	6229	443.250	449.479

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2022 (diolah)

Tabel 3 di atas menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Lampung Selatan dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021. Dari tabel tersebut terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2017 sampai dengan 2021 selalu mengalami penurunan, menurut Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan hal tersebut disebabkan oleh kurangnya fasilitas di berbagai objek wisata di Kabupaten Lampung Selatan. Hingga pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan kembali mengalami kenaikan, hal tersebut karena adanya perbaikan dan pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Lampung Selatan.

Dari banyaknya destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lampung Selatan, peneliti mengambil satu tempat penelitian yaitu Pantai Sebalang. Pantai Sebalang terletak di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan. Lokasi menuju Pantai ini sangatlah mudah untuk di akses, perjalanan dapat di tempuh sekitar 30 km atau 50 menit dari Kota Bandar Lampung. Untuk mencapai pantai ini bisa menggunakan mobil dan juga kendaraan sepeda motor dengan akses jalan yang sudah cukup baik.

Daya tarik dari Pantai Sebalang yaitu pantai ini menyuguhkan panorama alam yang sangat indah, dilengkapi dengan deretan cafe yang mempunyai ciri khas seperti Pantai di Bali. Dimana pengunjung dapat bersantai sambil menyaksikan pemandangan sunset yang sangat indah dan mempesona dengan lampu warna-warni dan payung-payung kecil di pinggir Pantai. Obyek pohon di tengah laut juga sangat menarik dan menambah estetika Pantai Sebalang. Kemudian Pantai ini juga adalah tempat yang sangat menarik digunakan untuk menyalurkan hobi memancing, pengunjung dapat menyewa perahu untuk berkeliling menuju pulau di sekitarnya dan pergi ke tengah laut (Oktavia, 2021).

Kemudian dari daya tarik yang dimiliki Pantai Sebalang, pantai ini termasuk dalam destinasi objek wisata yang Instagramable. Istilah instagramable mengacu pada lokasi-lokasi objek wisata yang fotogenik dan mengundang hasrat ingin mengabadikan pengalaman berwisata di tempat tersebut lalu membagikannya di media sosial. Penggunaan gambar baik ilustrasi ataupun foto pada media sosial

kini menjadi salah satu alat promosi tertinggi di bidang pariwisata, Salah satu aspek kekuatan sebuah karya fotografi adalah aspek estetika atau pengalaman estetik dari sebuah foto. Foto yang mampu memicu viralnya sebuah destinasi digital tentunya memiliki bingkai estetika tertentu yang mampu mempengaruhi perilaku dari orang yang melihat secara tidak langsung atau secara psikis. (Anom & Revias Purwa Kusuma, 2019).

Selanjutnya fasilitas di Pantai Sebalang sudah cukup memadai. Di area dekat Pantai Sebalang terdapat penginapan untuk pengunjung yang berasal dari luar kota atau luar daerah Lampung, deretan cafe dan warung kecil, kemudian mushola untuk pengunjung yang ingin beribadah, kamar bilas atau toilet, saung atau gazebo, dan penjual souvenir. Adapun fasilitas berlibur yang ditawarkan cukup lengkap, seperti penyewaan tenda dome, penyewaan bean bag, spot foto, live music, serta berkemah.

Tabel 4. Jumlah Pengunjung Ke Pantai Sebalang Tahun 2021

Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)	Rata-rata jumlah pengunjung per hari (orang)
Januari	12.000	387
Februari	12.000	428
Maret	12.000	387
April	2.000	66
Mei	2.000	64
Juni	PPKM	PPKM
Juli	PPKM	PPKM
Agustus	27.000	870
September	5.610	187
Oktober	5.835	188
Nopember	6.303	210
Desember	7.350	237
Jumlah	92.098	

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2022

Tabel 4 di atas jumlah pengunjung ke Pantai Sebalang pada tahun 2021. Dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung dari bulan Januari sampai dengan bulan

Desember cukup mengalami fluktuasi, namun angka pengunjung tetap tinggi setiap harinya. Pada bulan Juni dan Juli pemerintah menerapkan PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, dimana semua objek wisata khususnya Pantai Sebalang ditutup untuk mengurangi angka penyebaran Covid-19. Kemudian pada bulan Agustus objek wisata kembali dibuka, hal tersebut kembali meningkatkan jumlah pengunjung di Pantai Sebalang yaitu mencapai 27.000 orang dengan rata-rata 870 pengunjung setiap harinya. Sampai pada akhir tahun yaitu bulan Desember jumlah pengunjung di Pantai Sebalang mengalami penurunan kembali yaitu 7.350 orang dengan rata-rata 237 orang per harinya.

Tempat rekreasi tidak memiliki nilai pasar yang pasti, maka penilaian tempat rekreasi dilakukan dengan *Travel Cost Method* atau metode biaya perjalanan. Konsep teori pendekatan Biaya Perjalanan ini menilai manfaat yang diperoleh konsumen dalam memanfaatkan barang lingkungan walaupun tempat rekreasi tidak memungut bayaran masuk atau tarif pemanfaatan. Konsumen yang datang dari berbagai daerah untuk menghabiskan waktu di tempat rekreasi tentu akan mengeluarkan biaya perjalanan ke tempat rekreasi tersebut. Disini pendekatan Biaya Perjalanan mulai berfungsi, karena semakin jauh tempat tinggal seseorang yang datang untuk memanfaatkan fasilitas tempat rekreasi maka semakin kurang harapan pemanfaatan atau permintaan tempat rekreasi tersebut.

Permintaan wisata pada wisatawan yang berkunjung dan nilai ekonomi pada tempat wisata dengan menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) akan didapatkan surplus konsumen pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang dari fungsi permintaan dan kurva permintaan yang terbentuk. Surplus konsumen mengindikasikan bahwa sebenarnya pengunjung masih menerima surplus (kelebihan) manfaat dari tingkat harga tiket wisata yang ditetapkan, sehingga sebenarnya harga tiket wisata masih dapat ditingkatkan untuk pemeliharaan dan pengembangan lebih lanjut objek wisata tersebut.

Maka dari itu manfaat yang diperoleh penting untuk mengestimasi manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Nilai manfaat tersebut meliputi surplus

konsumen yang berguna untuk pengambilan keputusan dan bahan pertimbangan pengembangan tempat wisata sehingga pengelolaan yang dilakukan mendukung tercapainya alokasi sumber daya optimum (oktavia, 2016)

Terdapat beberapa penelitian yang sama dengan penelitian ini, pertama penelitian yang dilakukan oleh Youbil Fernando (2013), variabel biaya perjalanan, penghasilan individu, dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap permintaan objek wisata, sedangkan variabel umur tidak berpengaruh signifikan. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Fanita Osha Tazkia dan Banatul Hayati, variabel biaya perjalanan individu dan pendapatan berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel biaya ke objek wisata lain, jarak, dan kelompok kunjungan tidak berpengaruh signifikan.

Atas penelitian yang dilakukan, maka dalam penelitian ini akan meneliti variabel yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang. Variabel-variabel yang akan diteliti yaitu biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya, serta menghitung nilai manfaat ekonominya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul “Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang di Kabupaten Lampung Selatan dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)”.

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur, pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang?
2. Berapakah besaran nilai ekonomi objek wisata objek wisata Pantai Sebalang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah variabel biaya perjalanan objek wisata Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur, pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang?
2. Untuk mengetahui berapakah besaran nilai manfaat ekonomi objek wisata Pantai Sebalang?

D. Manfaat penelitian

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pemerintah daerah setempat maupun pihak-pihak terkait dalam mengembangkan pariwisata terutama dalam pengembangan pariwisata terutama dalam pengembangan objek wisata Pantai Sebalang.
2. Dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi penelitian selanjutnya yang serupa.
3. Dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai objek wisata Pantai Sebalang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Permintaan

a. Teori Permintaan

Teori permintaan menjelaskan tentang ciri hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harganya, ketika seluruh pengaruh lainnya terhadap rencana pembelian tetap sama. Hukum permintaan menjelaskan bahwa ketika hal-hal lain tetap sama, semakin tinggi harga suatu barang, semakin kecil jumlah yang diminta, dan semakin rendah harga suatu barang, semakin besar jumlah yang diminta. Permintaan tergantung pada harga barang terkait (substitusi dan komplementer), perkiraan harga di masa datang, pendapatan, perkiraan pendapatan dan pinjaman di masa datang, jumlah penduduk, dan preferensi (Parkin, 2017).

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

Hukum permintaan pada hakikatnya dinyatakan sebagai : Ketika hal-hal lain tetap sama, semakin tinggi harga suatu barang, semakin kecil jumlah yang diminta, dan semakin rendah harga suatu barang, maka semakin besar jumlah yang diminta (Parkin, 2017).

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

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

Keterangan :

D_x = Permintaan Barang

P_x = Harga barang itu sendiri

P_y = Harga barang lain yang mempengaruhi

M = Pendapatan

S = Selera

Ketika hal-hal yang lain tetap sama, semakin tinggi harga barang tersebut maka jumlah yang diminta akan semakin kecil, dan semakin rendah harga barang tersebut maka jumlah yang diminta akan semakin besar .

b. Jenis-Jenis Barang Dalam Teori Ekonomi

Ada beberapa jenis-jenis barang dalam teori ekonomi :

1. Barang Normal, adalah semua barang yang permintaannya akan bertambah ketika pendapatan masyarakat bertambah. Yang juga berarti bahwa barang tersebut memiliki elastisitas permintaan positif. Istilah normal tidak merujuk pada kualitas barang tersebut.\
2. Barang Giffen, adalah barang yang apabila harganya turun justru permintaannya ikut turun dan naiknya harga barang giffen justru menaikkan jumlah barang yang diminta.
3. Barang Spekulasi, adalah barang-barang yang diharapkan dimasa mendatang akan mengalami kenaikan harga.
4. Barang Inferior, adalah barang yang permintannya justru berkurang bila pendapatan seseorang bertambah tinggi. Dimana para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang lain yang lebih baik mutunya. Barang inferior juga diartikan sebagai barang

dengan kualitas rendah atau barang pengganti yang lebih terjangkau untuk barang yang lebih mahal.

5. Barang Substitusi atau yang dapat disebut barang pengganti, adalah barang pemuas kebutuhan yang dapat menggantikan barang lain dengan fungsi dan kegunaannya yang sama seperti pulpen dan pensil.
6. Barang Komplementer atau yang sering disebut dengan dengan barang pelengkap adalah barang yang kegunaannya dapat saling melengkapi satu sama lain.
7. Barang Prestie, adalah barang-barang yang dapat memberikan rasa bangga dan mampu meningkatkan harga diri bagi pemiliknya karena barang tersebut bernilai tinggi dimata masyarakat. Dimana semakin mahal harganya semakin meningkat permintannya.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

Menurut EaChern (2001) dalam (Handayani, 2014) Permintaan seseorang atau masyarakat pada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan menurut EaChern adalah sebagai berikut :

1. Harga barang-barang itu sendiri

Seperti yang telah diketahui dalam hukum permintaan bahwa permintaan terhadap suatu barang akan dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri. Dimana semakin tinggi harga maka semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin rendah harga suatu barang maka semakin tinggi jumlah yang diminta.

2. Harga barang yang berkaitan

Permintaan terhadap suatu barang dapat dipengaruhi oleh harga barang-barang lain yang ada kaitannya, seperti barang substitusi (pengganti) dan barang komplementer (pelengkap).

3. Pendapatan

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

4. Selera dan Preferensi

Selera merupakan determinan permintaan non harga, karena sulit dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya diasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan. Selera seseorang dapat dipengaruhi umur, tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan lain sebagainya.

5. Perubahan Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan

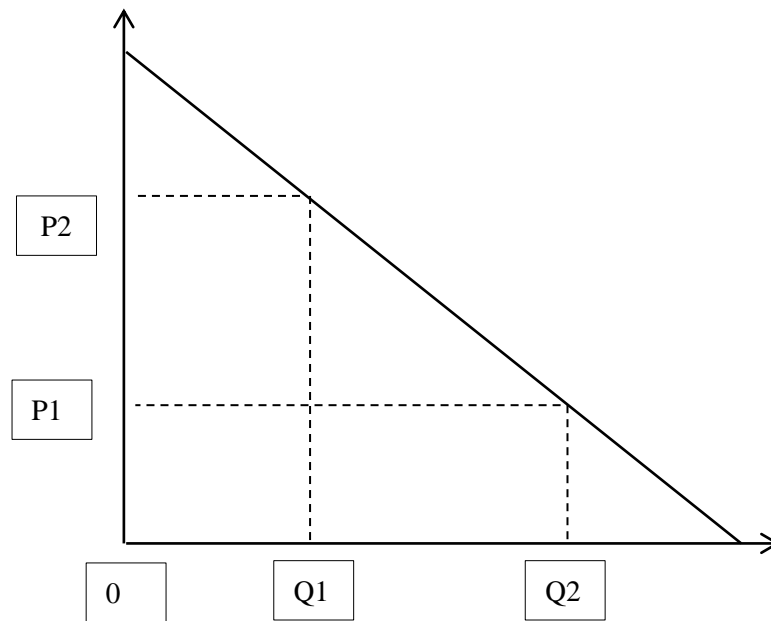
Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. jika semua harga naik 10 per tahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga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

6. Jumlah Penduduk

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

d. Kurva Permintaan

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



Gambar 1. Kurva Permintaan

Gambar 2 diatas merupakan kurva permintaan terbentuk dari kombinasi harga(P) dan jumlah barang yang di minta (Q). Harga pada mulanya sebesar P1 dengan jumlah barang yang diminta sebesar Q2, kemudian terjadi perubahan kenaikan harga dari P1 ke P2 diikuti oleh penurunan jumlah barang yang diminta dari Q1 ke Q2. Kurva di atas menunjukkan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, dengan asumsi hal lain adalah tetap.

2. Pariwisata

a. Pengertian

Menurut Yoeti (2008), pariwisata berasal dari dua kata, yaitu pari dan wisata. pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, dan berputar-putar atau lengkap. Sedangkan wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata *travel* dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata “Pariwisata” dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *Tour*.

Menurut Mill dan Marrison (1985) dalam (Tazkia, 2012), menggambarkan pariwisata adalah suatu sistem yang terdiri atas komponen yang saling terkait

satu sama lain. Ada empat komponen pariwisata, yaitu : perjalanan wisata, pasar wisata, tujuan wisata dan pemasaran wisata. sedangkan Gun (1994) menggambarkan pariwisata adalah satu kesatuan sistem antara karakteristik wisatawan yang akan mempengaruhi kebutuhan dan motivasi dalam berwisata, tempat tujuan wisata yang direpresentasikan dalam atraksi dan jasa layanan wisata yang ditawarkan, pemasaran dan ketersediaan akses menuju tempat wisata.

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Spillane (1987) dalam (Arifta & Budi, 2013) , jenis pariwisata meliputi :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleaseure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya dengan tujuan berlibur, mencari udara segar, mengendorkan ketegangan sarafnya, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, mengetahui hikayat rakyat setempat, mendapatkan ketenangan dari kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota besar ataupun untuk ikut serta di dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.

2. Pariwisata untuk tujuan olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata ini dapat dibagi dalam dua kategori :

- a) *Big Sport Event*, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti Olympiade Games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain.
- b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburum, memancing, dan lain-lain.

3. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Peran untuk jenis pariwisata ini semakin lama maka akan semakin penting.

Tanpa menghitung banyaknya konvensi atau konferensi nasional. Konvensi dan pertemuan berbentuk seperti ini sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau nega penyelenggara. Jika pada taraf-taraf perkembangannya konvensi-konvensi semacam ini hanya dilakukan secara tradisioal di beberapa kota tertentu, maka sekarang berbagai tourist resorts atau daerah-daerah wisata banyak yang menawarkan diri untuk dijadikan tempat konferensi.

4. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli teori, perjalanan usaha ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan.

5. Pariwisata untuk kebugaran (*Culturant tourism*)

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

6. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang memanfaatkan hari-hari liburnya dengan beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, dan ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

Jika dilihat dari jenis pariwisata menurut Dr. James J. Spillane tersebut, maka objek wisata Pantai Sebalang termasuk dalam jenis *Pleasure Tourism* karena dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, mengendorkan ketegangan sarafnya, melihat sesuatu yang baru dan untuk menikmati keindahan alam. Terdapat lima unsur pariwisata yang sangat penting yaitu :

- a) Daya tarik (*attractions*)
- b) Fasilitas-fasilitas yang diperlukan (*facilities*)

- c) Infrastruktur (*infrastructure*)
- d) Transportasi (*transportations*)
- e) Keramahtamahan (*hospitality*)

3. Permintaan Pariwisata

Menurut Douglas (1970) dalam (Djijono, 2002) permintaan masyarakat terhadap jasa-jasa lingkungan seperti tempat rekreasi alam juga sama dengan permintaan barang dan jasa. Permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang dapat diharapkan bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat. Oleh karena itu, permintaan terhadap objek wisata juga dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain :

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

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

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhan-kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti udara segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal itu tidak berlaku dalam industri pariwisata, justru barang-barang yang termasuk *free goods* ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan (Yoeti, 2008).

Fasilitas dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda-beda pula. Permintaan

dalam industri pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata diperlukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang daerah tujuan wisata, hotel tempat untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa.

Menurut Yoeti (2008) permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Permintaan potential, adalah sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata karena mempunyai banyak uang, keadaan fisik yang masih kuat, hanya saja belum mempunyai waktu senggang untuk bepergian sebagai wisatawan.
2. Permintaan aktual, adalah sejumlah orang yang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tertentu.

Dalam Yoeti (2008), banyak faktor-faktor yang mempengaruhi orang-orang untuk melakukan perjalanan pariwisata. Faktor-faktor dibawah ini sangat berperan penting apakah seseorang akan melakukan tour tersebut, diantaranya adalah :

1. Pendapatan

Penghasilan seseorang banyak sekali menentukan apakah ia dapat ikut suatu perjalanan pariwisata atau tidak. Orang baru akan melakukan perjalanan pariwisata bilamana ia telah mempunyai uang lebih yang tidak mempengaruhi keadaan rumah tangganya kalau ia membelanjakan uang lebih tersebut. Dalam ekonomi pendapatan yang demikian disebut “disposable personal income” yaitu pendapatan perorangan yang dapat digunakan untuk tabungan atau kebutuhan lain tanpa mengganggu kebutuhan sehari-hari. Bilamana pendapatan semacam ini tidak ada maka kemungkinan seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata sangat kecil sekali.

2. Harga (*Price*)

Kalau terjadi perubahan harga sedangkan pendapatan tetap, maka jumlah

barang yang dibeli akan berkurang, baik dalam jumlah dan mungkin pula dalam hal kualitas. Atau dapat pula suatu barang dengan harga yang lebih murah, namun barang pengganti masih mempunyai mempunyai fungsi yang sama seperti barang yang harganya sudah naik.

3. Kualitas (*Quality*)

Bilamana terjadi suatu daerah tujuan yang mempunyai kualitas yang sama dengan destinasi yang lain, maka faktor pelayanan memegang peranan yang penting untuk dapat memenangkan persaingan yang terjadi.

4. Hubungan politik antar dua negara

Bilamana hubungan politik antara dua negara baik, maka kedua penduduk negara cenderung akan saling kunjung mengunjungi. Permintaan untuk melakukan perjalanan pariwisata akan relatif lebih besar.

5. Hubungan ekonomi antar negara

Dalam industri pariwisata modern, hubungan dalam perekonomian antar negara merupakan dorongan bagi orang-orang untuk mengunjungi suatu negara, terutama dengan menggiatkan usaha-usaha seperti komperensi, simposium, dan lain-lain.

6. Hubungan sosio-budaya antara dua negara

Erat hubungan sejarah antar dua negara/bangsa akan mempengaruhi penduduk kedua negara untuk saling mengadakan kunjungan.

7. Perubahan cuaca dan iklim

Adanya pergantian musim seperti yang terjadi di Amerika Serikat, Eropa, Jepang, Australia, membuat banyak orang melakukan perjalanan pariwisata ke beberapa negara lain yang keadaan iklimnya banyak berbeda

8. Faktor-faktor hari libur

Dipersiapkannya jam-jam kerja, adanya long weekend dan adanya hari-hari libur bagi karyawan, kesempatan pada keluarga-keluarga untuk melakukan perjalanan pariwisata.

9. Peraturan pemerintah

Adanya peraturan pemerintah yang mengatur orang-orang melakukan perjalanan. Bagi mereka yang mengharapkan kedatangan wisatawan sebanyak mungkin, maka ditetapkan kebijaksanaan pemberian visa bagi wisatawan yang hendak datang.

10. *Foreign Exchange Restriction*

Adanya foreign exchange restriction yang dilakukan oleh beberapa negara akan mempengaruhi keinginan orang-orang melakukan perjalanan pariwisata.

11. Teknologi pengangkutan

Majunya teknologi pengangkutan yang dapat mempersingkat waktu untuk menempuh jarak yang cukup jauh dengan segala fasilitas dan pelayanan yang menarik, banyak sekali mendorong orang-orang untuk melakukan perjalanan pariwisata.

4. **Wisatawan**

Menurut Spillane (2003) dalam (Ermayanti, 2012) Wisatawan adalah orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungannya itu. Adapun bagian-bagian yang termasuk didalamnya :

1. Wisatawan (*Tourist*) yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal 24 jam di negara yang dikunjunginya.
2. Pelancong (*Excursionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar)

Jenis dan macam wisatawan yang terlihat dari sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana itu dikakukan, wisatawan dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Wisatawan asing (*foreign tourist*) yaitu orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana wisatawan tersebut menetap. Wisatawan asing

bagi suatu negara dapat ditandai dari status kewarganegaraannya, dokumen perjalanan yang dimilikinya serta dari jenis mata uang yang dibelanjakannya, karena pada umumnya golongan wisatawan ini hampir selalu menukarkan uangnya terlebih dahulu pada Bank atau Money Changer sebelum belanja.

2. *Domestic foreign* tourist yaitu wisatawan asing yang menetap pada suatu negara berwisata di wilayah negara tempat tinggalnya. Wisatawan tersebut bukan warga negara dimana ia berada, melainkan adalah warga negara asing yang karena tugasnya hingga kedudukannya menetap dan tinggal pada suatu negara serta memperoleh penghasilan dengan mata uang negara asalnya.
3. *Domestic tourist* yaitu seorang warga negara yang berwisata dalam batas negaranya sendiri.
4. *Indigenous foreign* tourist yaitu warga negara suatu negara tertentu yang bertugas atau menjabat di luar negeri, kembali ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
5. *Transit tourist* yaitu wisatawan yang berwisata ke suatu negara, yang menggunakan transportasi dan terpaksa singgah pada suatu pemberhentian seperti stasiun, bandar udara, dan stasiun bukan atas keinginan sendiri.
6. *Business tourist* yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan lain bukan untuk berwisata, akan tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utamanya telah terselesaikan.

5. Metode Biaya Perjalanan

Penilaian ekonomi suatu ekosistem atau sumber daya alam sangat penting untuk mengukur nilai kawasan tersebut. Salah satu cara untuk menilai sumber daya alam adalah dengan menggunakan Metode Biaya Perjalanan atau *Travel Cost Method* (TCM). TCM digunakan untuk menilai area rekreasi seperti taman nasional dan area konservasi, lokasi olahraga (berburu dan memancing), area arkeologi dan budaya seperti museum, dan sumber daya

alam lainnya seperti pantai, hutan, dan mata air panas.

Travel Cost Method adalah metode tertua untuk mengukur dan mengestimasi nilai ekonomi tidak langsung (*Indirect Use*). Metode TCM ini pertama kali dikembangkan oleh Hotelling pada tahun 1931 dan kemudian dikenalkan secara formal ke masyarakat luas oleh Wood dan Trice pada tahun 1958 serta Clowson dan Knetsch pada tahun 1966. Metode ini digunakan oleh mereka untuk menganalisis dan mengestimasi permintaan terhadap tempat wisata di alam terbuka (*outdoor recreation*) (Ahmad Fauzi, 2010).

TCM adalah metode tidak langsung yang paling sering digunakan untuk memperkirakan nilai-nilai penggunaan rekreasi di area alami. Persamaan dasar TCM sebagai berikut :

$$V = f(c, x) + \beta$$

Dimana :

V : Kunjungan ke lokasi wisata

c : Biaya kunjungan

x : variabel sosial ekonomi yang signifikan untuk dijelaskan V

β : faktor lain yang tidak termasuk dalam fungsi namun mempengaruhi V

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

1. Zonal Travel Cost Method (ZTCM)

Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur nilai dari barang atau jasa rekreasi dari tempat sebuah objek wisata secara keseluruhan. ZTCM diaplikasikan dengan cara mengumpulkan informasi dari jumlah kunjungan ke tempat objek wisata dari berbagai daerah atau zona informasi yang diperoleh dari sampel para pengunjung kemudian dianalisis dan data yang dihasilkan dapat digunakan untuk meregresi frekuensi kunjungan yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan berbagai variabel sosial ekonomi. Berikut persamaan ZTCM :

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

Dimana :

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

TC = Biaya perjalanan

X_n = Variabel sosial ekonomi

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

2. *Individual Travel Cost Method (ITCM)*

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

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

Dimana :

V_{ij} : Jumlah kunjungan wisatawan i pertahun ke objek wisata j

C_{ij} : Biaya perjaalanan wisatawan i ke objek wisata j

X_i : Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kunjungan wisatawan i

Menurut (Ermayanti, 2012) bahwasanya biaya perjalanan telah banyak digunakan dalam memperkirakan nilai suatu situs wisata dengan

menggunakan beberapa variabel. Pertama, data mengenai jumlah pengunjung tempat wisata serta biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan dikumpulkan. Lalu melihat faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama atau kebudayaan serta kelompok etnis dan sebagainya. Data dan informasi tersebut diperoleh dengan metode wawancara langsung dengan para pengunjung atau wisatawan taman wisata tersebut mengenai jarak tempuh mereka ke lokasi tempat wisata, biaya perjalanan yang mereka keluarkan, lamanya waktu perjalanan, tujuan perjalanan, dan faktor-faktor sosial ekonominya.

Kelebihan dari ITCM dibandingkan dengan ZTCM antara lain :

1. Lebih menghemat waktu dari segi statistik (proses perhitungan).
2. Konsistensi teori dalam perumusan model permintaan dan perilaku individu.
3. Menghindari keterbatasan zona atau lokasi.
4. Menambah keanekaragaman karakteristik populasi pengunjung di antara suatu zona, serta menghapuskan efek pengunjung dengan tingkat kunjungan nol (non-participant).

6. Valuasi Ekonomi

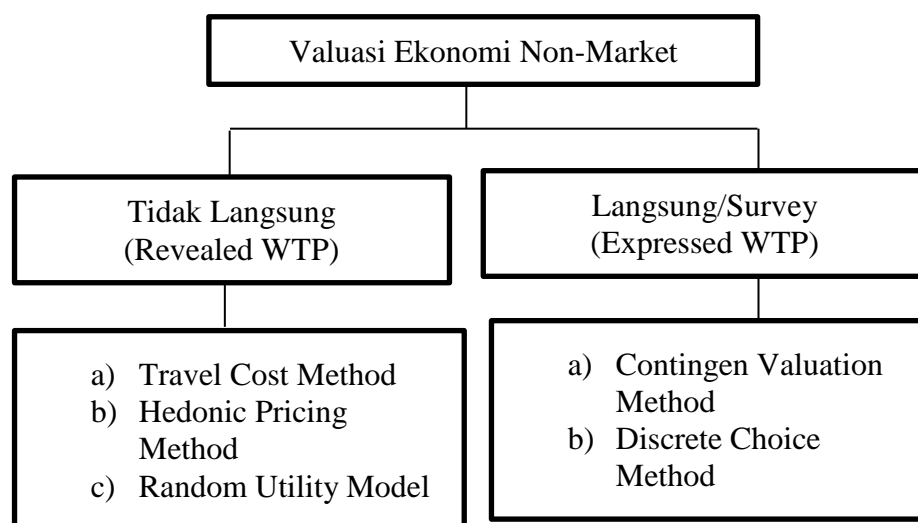
Valuasi ekonomi adalah salah satu upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan dari nilai pasar baik yang tersedia ataupun yang tidak tersedia . Penilaian ekonomi secara umum dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memberikan nilai kuantitatif pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar tersedia atau tidak (Sosilowati, 2002 dalam Salma & Susilowati, 2004).

Valuasi ekonomi dilakukan bertujuan untuk menghitung dan menentukan besarnya Total Economic Value (TEV) atau Nilai Ekonomi Total dari pemanfaatan suatu sumber daya alam dan lingkungan. Nilai ekonomi total merupakan nilai-nilai ekonomi yang terkandung di dalam sumber daya alam, baik nilai guna maupun nilai fungsional. Nilai ini juga dapat dijadikan untuk

menyusun kebijakan pengelolaan tempat tersebut sehingga alokasi dan alternatif penggunaannya dapat ditentukan secara benar dan mencapai sasaran.

Menurut Fauzi (2006), teknik valuasi ekonomi sumber daya yang tidak dapat diperdagangkan dan tidak memiliki nilai pasar (*non market value*) tersebut secara umum dapat menggunakan dua jenis teknik. Teknik pertama adalah teknik valuasi ekonomi yang mengandalkan harga implisit dimana WTP (*Willingness To Pay*) atau kesediaan untuk membayar sudah terungkap dengan model yang dikembangkan. Teknik-teknik yang termasuk didalamnya adalah *Travel Cost Method*, *Hedonic Pricing Method*, dan *Random Utility Model*.

Sementara itu untuk jenis teknik yang kedua adalah teknik valuasi yang berdasarkan pada survey langsung dengan pengunjung sehingga nilai WTP (*Willingness To Pay*) dapat diperoleh langsung dari responden atau pengunjung di tempat tersebut yang diungkapkan secara lisan ataupun tertulis. Teknik yang dapat dilakukan adalah Contigen Valuation Method (CVM) dan Discrete Choice Method. Pengklasifikasian valuasi ekonomi untuk barang dan jasa yang tidak mempunyai nilai pasar (*non market value*) dapat dilihat pada gambar berikut :

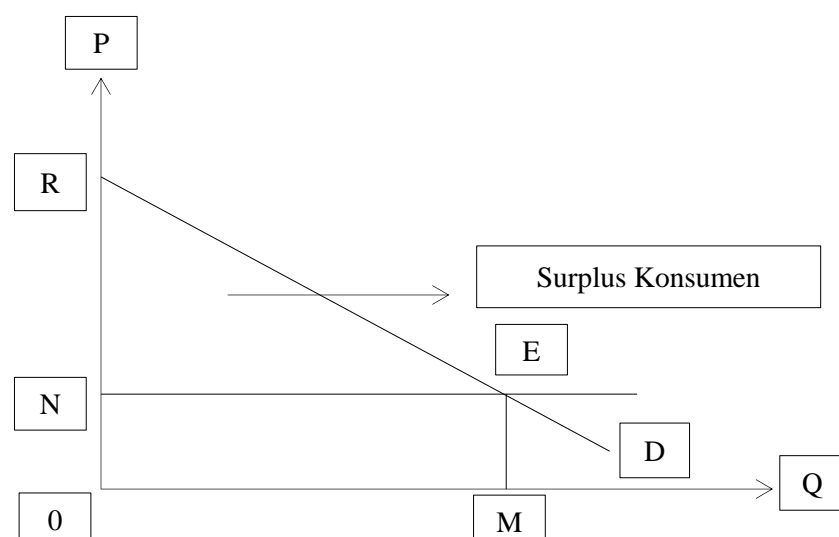


Gambar 2. Kerangka Pemikiran

7. Surplus Konsumen

Surplus konsumen adalah perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan ketersediaan untuk membayar. Surplus konsumen terjadi karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus yang berakar dari hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Timbulnya surplus konsumen dikarenakan konsumen hanya membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit yang terakhir. Secara sederhana, surplus konsumen bisa diukur sebagai bidang yang terletak diantara kurva permintaan dan garis harga (Djijono, 2002).

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



Gambar 3. Kurva Surplus Konsumen

Gambar di atas menggambarkan surplus konsumen pada kurva permintaan.

kurva permintaan menggambarkan jumlah yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk tiap unit barang yang akan dikonsumsi. Adapun nilai dari surplus konsumen ditandai oleh bidang segitiga NER yang merupakan suatu ukuran keinginan dari konsumen untuk membayar di atas biaya pengeluaran yang di konsumsi. Total utilitas yang didapatkan oleh konsumen atas konsumsi pada suatu barang dan jasa atau ukuran keinginan total membayar konsumen di tunjukkan oleh bidang dibawah kurva permintaan (OMER).

8. Hubungan Antar Variabel Penelitian

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

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

- b. Hubungan variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dengan jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang

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

- c. Hubungan variabel pendapatan dengan jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang

Penghasilan seseorang banyak sekali menentukan apakah ia dapat ikut suatu perjalanan pariwisata atau tidak. Orang baru akan melakukan perjalanan

pariwisata bilamana ia telah mempunyai uang yang lebih yang tidak mempengaruhi keadaan rumah tangganya kalau ia membelanjakan uang lebih tersebut. Dalam ekonomi, pendapatan yang demikian disebut “*disposable personal income*” yaitu pendapatan perorangan yang dapat digunakan untuk tabungan atau kebutuhan lain tanpa mengganggu kebutuhan sehari-hari. Bilamana pendapatan semacam ini tidak ada maka kemungkinan seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata sangat kecil.

d. Hubungan variabel umur dengan jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi termasuk keputusan untuk mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata.

e. Hubungan variabel pengalaman berkunjung sebelumnya dengan jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang

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

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 5. Ringkasan Penelitian Terdahulu

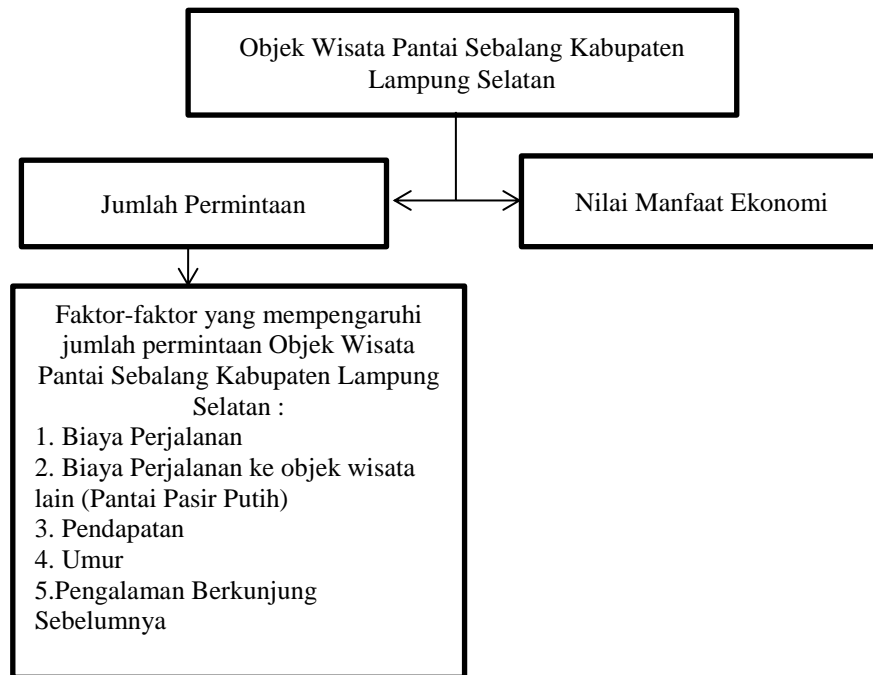
No	Judul/Penulis/ Tahun	Variabel	Metode/Alat Analisis	Hasil
1	Analisis Permintaan Objek Wisata Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci Pendekatan <i>Travel Cost Method</i> . (Youbil Fernando, 2013)	Variabel Terikat : Permintaan Objek Wisata Air Panas Semurup Variabel Bebas : Biaya Perjalanan, Penghasilan Individu, Umur, dan Pengalaman Berkunjung Sebelumnya.	Metode biaya perjalanan dengan pendekatan <i>Individual Travel Cost Method</i> Alat Analisis : Regresi Linier Berganda	Variabel penghasilan individu dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan positif terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Air Panas Semurup. Sedangkan variabel biaya perjalanan berpengaruh signifikan negatif, dan variabel umur tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Air Panas Semurup.
2	Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo Dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i> (Fanita Osha Tazkia, 2012)	Variabel Terikat : Jumlah kunjungan individu. Variabel Bebas : Biaya Perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, Pendapatan, jarak, kelompok kunjungan, dan tujuan kunjungan.	Metode biaya perjalanan dengan pendekatan <i>Travel Cost Method</i> Alat Analisis : Regresi Linier Berganda	Variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, dan pendapatan rata-rata keluarga perbulan berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Dieng), jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan tidak berpengaruh signifikan.
3	Analisis Permintaan Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan pendekatan <i>Travel Cost Method</i> (Mareta Aulia, 2018)	Variabel Terikat : jumlah kunjungan ke objek wisata Tebing Breksi Variabel Bebas : Pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, jarak, dan keindahan objek wisata	Metode : <i>Travel Cost Method</i> Alat analisis : Analisis Regresi Linear Berganda	Dari keempat variabel independen persamaan regresi, tiga diantaranya berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan di objek wisata Tebing Breksi yaitu pendapatan wisatawan, jarak, dan keindahan objek wisata

No	Judul/Penulis/ Tahun	Variabel	Metode/Alat Analisis	Hasil
4	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Keras Kabupaten Pangandaran. (Firman Zulfikar, Dandy E, Titis Virgininda, Kinta Karissa K, dan Monica Pramudawardhani, 2017)	Variabel Terikat : Tingkat Kunjungan Variabel Bebas : Biaya Total Perjalanan, Jarak Tempuh (km), Tingkat Pendapatan, Durasi Kunjungan, Tingkat Pendidikan, Usia, dan Jumlah Anggota.	Metode Biaya Perjalanan dengan Pendekatan <i>Individual Travel Cost Method</i> Alat Analisis : Regresi Linier Berganda	Potensi nilai ekonomi wisata Pantai Batu Keras mencapai Rp. 86,571,960,874.00 per tahun dengan tingkat pemanfaatan aktual saat ini yaitu sebesar Rp. 54,648,575,495.00 per tahun. Selanjutnya variabel biaya perjalanan, jarak, dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisata ke Pantai Batu Karas, sedangkan variabel usia, pendapatan, pendidikan, dan jumlah anggota kelompok tidak berpengaruh signifikan.
5	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pnatai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. (Rifki Khoirudin dan Uswatun Khasanah, 2018)	Variabel Terikat : Jumlah Kunjungan Variabel Bebas : Travel Cost , Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, Persepsi Mengenai Lingkungan Pantai, dan Keberadaan Tempat-Tempat Wisata Sejenis.	Metode Biaya Perjalanan dengan pendekatan <i>Individual Travel Cost Method</i> Alat Analisis : Regresi Count Data	Nilai rata-rata ekonomi Pantai Parangtritis sebesar Rp. 14,605,101,491 pertahun. Kemudian terdapat dua variabel yang berpengaruh dan signifikan yaitu variabel Total Cost dan Pendapatan.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penilaian ekonomi terhadap suatu kawasan wisata diukur dengan menggunakan berbagai variabel sosial ekonomi yang berpengaruh. Dalam hal ini penulis memberikan variabel biaya perjalanan Objek Wisata Pantai Sebalang yang berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya masuk dan lain-lain, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain, variabel pendapatan, variabel umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap permintaan Objek Wisata Pantai Sebalang, sehingga

nantinya akan diperoleh fungsi permintaan terhadap Objek Wisata Pantai Sebalang.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Dari kerangka pemikiran di atas maka dapat dituliskan sebuah hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang dan variabel umur berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang.
2. Diduga variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), variabel pendapatan, dan variabel pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wisata Pantai Sebalang, wisata yang terletak di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan. Pengambilan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa lokasi ini cukup banyak dikunjungi oleh wisatawan dan menjadi salah satu objek wisata yang memiliki potensi ekonomi di Kabupaten Lampung Selatan.

B. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, data yang dikumpulkan terdiri dari dua macam yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumbernya langsung. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yaitu melalui wawancara, observasi, dan membagikan kuisioner kepada pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, internet, serta beberapa literatur (buku dan jurnal) yang mendukung penelitian ini.

C. Metode Penentuan Sampel

a. Populasi dalam penelitian ini

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga

bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan objek wisata Pantai Sebalang yang sedang melakukan kunjungan wisata.

b. Sampel dalam penelitian ini

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan bentuk *purposive sampling* yaitu metode penarikan sampel probabilitas yang dilakukan dengan kriteria tertentu. Sampel penelitian ini diambil secara purposive sampling dimana sampel digunakan apabila memenuhi kriteria berikut :

- a) Pengunjung Pantai Sebalang
- b) Sampel bersedia mengisi kuesioner yang diberikan peneliti
- c) Sampel yang mengisi kuesioner adalah sampel yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Pasir Putih
- d) Sampel yang mengisi kuesioner adalah perwakilan dari pelajar/mahasiswa 50% dan yang sudah bekerja 50%
- e) Usia antara 13-75 tahun (laki-laki dan perempuan)

Dalam penelitian ini besarnya sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = error margin (10%)

Menurut data yang diperoleh dari dokumen resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, bahwa jumlah pengunjung Pantai Sebalang pada tahun 2021 adalah 92.098 orang. Maka Perhitungan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{92.098}{1 + 92.098 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{92.098}{1 + 920.98}$$

$$n = \frac{92.098}{921.98}$$

$$n = 99,89 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

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

D. Teknik Pengumpulan Data

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

a. Dokumentasi

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

b. Wawancara

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

c. Kuesioner

Sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui.

d. Studi Pustaka

Mencari dan mengumpulkan data yang sudah ada, baik yang ada di buku, internet, brosur, maupun arsip dari Objek Wisata Pantai Sebalang.

E. Spesifikasi Model

Dalam penelitian ini spesifikasi model yang digunakan adalah sebagai berikut:

Dalam bentuk umum yaitu : $Y = f (X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$.

Dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel X, maka secara spesifik dapat ditulis dalam bentuk : $Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$, maka jika dimasukkan ke dalam persamaan yaitu :

$$QD = \beta_0 + \beta_1 TC + \beta_2 TCT + \beta_3 INC + \beta_4 AGE + \beta_5 DVIS + e_i$$

Keterangan :

- QD = Jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (Kali)
 TC = Biaya perjalanan objek wisata Pantai Sebalang (Rupiah)
 TCT = Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) (Rupiah)
 INC = Pendapatan (Rupiah)
 AGE = Umur (Tahun)
 DVIS = *Dummy* Pengalaman Berkunjung Sebelumnya (1= jika pernah berkunjung sebelumnya, 0 = jika tidak pernah berkunjung sebelumnya)
 B_0 = Konstanta
 $\beta_{1,2,3,4,5}$ = Koefisien regresi
 e_i = Residual (*error term*)

F. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel terikat (*dependent variabel*) Jumlah Permintaan Pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang, sedangkan variabel bebasnya (*independent variabel*) yaitu beberapa variabel yang dianggap akan berpengaruh terhadap Jumlah Permintaan ke Objek Wisata Pantai Sebalang, variabel tersebut yaitu : Biaya Perjalanan (TC), Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Pantai Pasir Putih) (TCT), Pendapatan (INC), Umur (AGE), Pengalaman Berkunjung Sebelumnya (DVIS). Dalam penelitian ini lima variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 6)

Jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang di proksi dengan banyaknya frekuensi kunjungan yang dilakukan oleh individu atau setiap orang dalam satu tahun terakhir ke objek wisata Pantai Sebalang. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satuan (kali).

2. Biaya Perjalanan (TC) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 11)

Total biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata. biaya perjalanan ini meliputi : biaya transportasi pulang dan pergi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lainnya. Variabel ini diukur dalam satuan (Rp).

3. Biaya Perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) (TCT)

(Lampiran Kuesioner Pertanyaan No.13)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh para pengunjung menuju objek wisata lain dalam hal ini diwakili oleh Pantai Pasir Putih merupakan objek wisata yang bergerak di bidang bahari, sama dengan Pantai Sebalang. Selain itu kedua objek wisata ini merupakan objek wisata yang erdapat di kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan. Sehingga Pantai Pasir Putih merupakan wisata alternatif yang pas untuk Pantai Sebalang. Biaya perjalanan ini yaitu biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang dan pergi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, dan biaya-biaya lain yang relevan dan berkaaitan dengan rekreasi untuk satu hari kunjungan ke objek wisata Pantai Pasir Putih. Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan satuan rupiah (Rp).

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

Pendapatan yang dimaksud adalah penghasilan rata-rata per bulan setiap pengunjung objek wisata Pantai Sebalang. Penghasilan tersebut tidak hanya bersumber dari pekerjaan utama, tetapi dari total penghasilan

keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan bagi pengunjung yang belum bekerja penghasilan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulannya. Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan satuan rupiah (Rp).

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

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

6. *Dummy* Pengalaman Berkunjung Sebelumnya (DVIS) (Lampiran Kuesioner Pertanyaan No. 5)

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

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sehingga data yang diperoleh dari hasil penelitian diuji asumsi klasik terlebih dahulu sebelum digunakan untuk menguji hipotesis/statistik.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana daftar pertanyaan dapat mengukur dampak dari perusahaan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment coefficient of correlation*. Validitas adalah suatu indeks yang

menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang kita susun tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara nilai tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total kuisisioner tersebut. Teknik korelasi yang dipakai adalah teknik korelasi “*product moment coefficient of correlation*” dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah responden

X = Skor masing-masing pernyataan dari tiap responden

Y = Skor total semua pernyataan dari tiap responden Sumber :

Sugiyono (2007)

b. Uji Reliabilitas

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

$$r_{xy} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

R_{xy} = Kereliabelan instrument

K = Jumlah pertanyaan

σt^2 = Jumlah variabel total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian pertanyaan

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

2. Pengujian Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model estimasi yang telah dibuat tidak menyimpang dari asumsi-asumsi klasik, maka dilakukan beberapa uji antara lain, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Autokorelasi.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factors* (VIP) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIP > 10 maka terdapat multikolinearitas dan jika Jika nilai VIP < 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti ada varian pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya homoskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian *Uji White*, dengan cara melihat probabilitas Chi-Square. Apabila probabilitas *Chi-Square* < alpha ($\alpha = 0,05$) maka dapat dikatakan terjadi masalah heteroskedastisitas, dan apabila probabilitas *Chi-Square* > alpha ($\alpha = 0,05$) maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang memiliki distribusi data residual yang normal atau mendekati normal dikatakan

model regresi yang baik (Ghozali, 2006). Ada beberapa metode untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi residual, antara lain Jarque-Bera (J-B) test dan metode grafik. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan program eviews, normalitas sebuah data dapat diketahui dengan membandingkan nilai Jarque-Bera (J-B) test dan nilai Chi-Square tabel. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Jarque-Bera (J-B) test dan metode grafik. Jika probabilitas J-B test $> \alpha = 5\%$ maka H_0 diterima yang berarti bahwa terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika probabilitas J-B test $< \alpha = 5\%$ (0,05) maka H_0 ditolak yang berarti bahwa data tidak terdistribusi dengan normal.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*) yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Analisis data akan digunakan untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Pada penelitian ini, menggunakan Software yang digunakan dalam menganalisis data yaitu Microsoft Excel 2010 dan kemudian diolah menggunakan E-Views 8, Untuk menganalisis Permintaan Objek Wisata Pantai Sebalang yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan, pendapatan, umur, kelompok dan pengalaman berkunjung sebelumnya sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

Model Fungsi $Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$

Maka model untuk analisis regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut :

$$QD = \beta_0 + \beta_1 TC + \beta_2 TCT + \beta_3 INC + \beta_4 AGE + \beta_5 DVIS + \varepsilon_t$$

Keterangan :

QD = jumlah kunjungan objek wisata Pantai Sebalang

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5$ = Koefisien Regresi

TC = Biaya Perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang

TCT	= Biaya Perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih)
INC	= Pendapatan
AGE	= Umur
DVIS	= <i>Dummy</i> Pengalaman Berkunjung Sebelumnya
ε_i	= Standar Error

Nilai koefisien regresi sangat berarti sebagai dasar analisis. Koefisien β akan bernilai positif (+) jika menunjukkan hubungan yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen. Artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen, begitu pula sebaliknya jika variabel independen mengalami penurunan. Sedangkan nilai β akan negatif jika menunjukkan hubungan yang berlawanan. Artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan penurunan variabel dependen, demikian pula sebaliknya.

Kemudian setelah diperoleh hasil fungsi permintaan yang didapat dari perhitungan regresi linier berganda maka dapat dihitung nilai elastisitas permintaan objek wisata Pantai Sebalang. Elastisitas adalah nisbah persentase perubahan suatu peubah dengan persentase perubahan variabel lain yang mempengaruhinya. Elastisitas permintaan atau *Price Elasticity Of Demand* (PED) adalah ukuran perubahan jumlah permintaan barang (jumlah barang akan dibeli oleh pembeli) terhadap perubahan harga barang itu. Pada umumnya, jika harga barang naik, kesediaan pembeli untuk membeli barang tersebut akan menurun. Namun, tingkat perubahan ini berbeda-beda: untuk barang tertentu, kenaikan harga yang kecil akan mengakibatkan permintaan turun dengan drastis, sedangkan untuk barang lain pembeli tetap bersedia membelinya sekalipun harganya naik dengan tajam. Dalam ilmu ekonomi, perbedaan ini diukur sebagai elastisitas. Lebih gamblangnya, elastisitas permintaan menunjukkan persentase perubahan jumlah permintaan jika terjadi kenaikan harga 1% dan semua hal lain tetap sama.

Secara formal, elastisitas harga sendiri diturunkan sebagai berikut :

$$\varepsilon_D = (\partial Q / \partial P_q) (P_q / Q)$$

Ket :

ε_D = Elastisitas

Q = Jumlah barang Q yang diminta

Pq = Harga barang Q

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji statistik t)

Uji T Statistik dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu (parisal) terhadap variabel dependen (Widarjono, 2013). Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat, hipotesis yang digunakan yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Biaya Perjalanan (TC)

$H_0 : \beta_1 \geq 0$ = tidak berpengaruh signifikan

$H_a : \beta_1 < 0$ = secara individual variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang berpengaruh signifikan dan negatif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

2. Variabel Biaya Perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) (TCT)

$H_0 : \beta_2 \leq 0$ = tidak berpengaruh signifikan

$H_a : \beta_2 > 0$ = secara individual variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

3. Variabel Pendapatan (INC)

$H_0 : \beta_3 \leq 0$ = tidak berpengaruh signifikan

$H_a : \beta_3 > 0$, secara individual variabel pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

4. Variabel Umur (AGE)

$H_0 : \beta_4 \geq 0$ = tidak berpengaruh signifikan

$H_a : \beta_4 < 0$ = secara individual variabel umur berpengaruh signifikan dan negatif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

5. Variabel *Dummy* Pengalaman Berkunjung Sebelumnya (DVIS)

$H_0 : \beta_5 \leq 0$ = tidak berpengaruh signifikan

$H_a : \beta_5 > 0$ = secara individual variabel pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika nilai t-hitung > nilai t-tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara individual variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t-hitung < nilai t-tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara individual variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji F-Statistik

Uji F statistik dikenal dengan Uji serentak atau Uji model/Uji Anova yaitu uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk menguji apakah model regresi yang ada signifikan atau tidak signifikan. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel (Gujarati, 2003).

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 \neq 0$ Diduga secara bersama-sama biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh secara signifikan terhadap Permintaan pengunjung.

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6 = 0$ Diduga secara bersama-sama bahwa variabel biaya

perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan objek wisata Pantai Sebalang.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika nilai F-hitung $>$ F-tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama seluruh variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai F-hitung $<$ F-tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara bersama- sama seluruh variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variasi variabel bebas dapat menerangkan dengan baik variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang sempurna adalah satu, yaitu apabila keseluruhan variasi dependen dapat dijelaskan sepenuhnya oleh variabel bebas yang dimasukkan dalam model $0 < R^2 < 1$ sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol, berarti kemampuan variabel- variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai R^2 mendekati satu, berarti terdapat hubungan yang kuat dan erat antara variabel bebas dengan variabel terikat.

5. Penaksiran Nilai Ekonomi

Dalam penelitian ini untuk menghitung valuasi/nilai ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun. Alasan penggunaan alat analisis ini karena yang lebih mendekati yaitu surplus konsumen, dimana ada perhitungan biaya perjalanannya. Nilai surplus konsumen menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Dx = Qx = a - bP$$

Dalam persamaan di atas diturunkan dalam bentuk persamaan intergral terbatas, dengan batas bawah yaitu biaya terendah yang dibayarkan pengunjung dan batas teratas yaitu biaya tertinggi yang dikeluarkan pengunjung untuk berwisata ke Pantai Sebalang, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$SK = \int_{p_0}^{p_1} f(Px) dP$$

Keterangan :

SK = Surplus Konsumen

P₀ = Harga terendah

P₁ = Harga teratas

(Zulpikar et al., 2017)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t statistik) menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang. Variabel pendapatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang. Variabel Pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang. Variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang, dan terakhir variabel umur berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang.
2. Dari hasil perhitungan maka diperoleh nilai manfaat ekonomi objek wisata Pantai Sebalang berdasarkan metode biaya perjalanan individual yaitu sebesar Rp. 33.849.146.332.

B. Saran

Dari berbagai kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi pengelola objek wisata Pantai Sebalang disarankan memperbaiki akses menuju lokasi wisata untuk menjaga wisatawan agar tetap setia berkunjung ke objek wisata Pantai Sebalang. Akses ini nantinya berupa jalan raya yang beraspal, petunjuk jalan, dan penerangan jalan yang memadai. Kemudian Penambahan serta perawatan fasilitas umum, karena fasilitas umum sangat penting untuk selalu dijaga di lokasi wisata. Setiap pengunjung selalu menggunakan fasilitas umum untuk keperluan masing-masing. Fasilitas umum tersebut seperti mushola, MCK, tempat parkir,

tempat untuk bersantai dan lainnya yang sangat penting untuk ada dan dirawat keberadaannya. Pemerintah memiliki peran penting dalam memperhatikan fasilitas-fasilitas ini demi menjaga kenyamanan wisatawan.

2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan disarankan untuk menambah variabel yang dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan objek wisata Pantai Sebalang dan menambah jumlah sampel penelitian lebih dari 100 responden, karena semakin banyak jumlah sampel penelitian cenderung dapat menggambarkan hasil penelitian yang relatif mendekati kenyataan yang ada di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Anom, A. S., & Revias Purwa Kusuma, M. (2019). Pengungkapan Estetika Fotografi “Instagramable” Di Era Pariwisata Destinasi Digital. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(3), 319–324. <https://doi.org/10.31091/mudra.v34i3.787>
- Arifta, B., & Budi, S. (2013). Analisis Permintaan Oyek Wisata Masjid Agung Semarang. *Diponegoro Journal Of Economics*, 2, 1–15.
- Bakaruddin. (2008). *Perkembangan dan Permasalahan Kepariwisataaan*. UNP Press.
- Djijono. (2002). Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung. *Program Pascasarjana IPB*, 1–20.
- Ermayanti, F. (2012). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park Dengan Metode Biaya Perjalanan Dan Metode Valuasi Kontingensi. *Skripsi Fakultas Elkonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Fathurrahmi, F. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Pantai Gandorah Kota Pariaman. *Skripsi Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan fakultas Ekonomi Universitas Andalas*, 1–87.
- Fauzi, Ahmad. (2010). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan* (3rd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fauzi, Akhmad. (2006). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Gramedia Pustakan Utaman.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 2*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gilarso, T. (2003). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Penerbit Kanisius.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometrika Dasar Edisi 6*. Jakarta : Erlangga.
- Handayani, L. (2014). Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Petruk Kabuapten Kebumen. *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Igunawati, D. (2010). Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban

Kabupaten Tegal. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.

Lestari, R., & Dewanti, D. S. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata. *Journal of Economics Research and Social Sciences, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.18196/jerss.030214>

Maharani, N. (2019). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Surya Yudha Park Di Kabupaten Banjarnegara : Pendekatan Travel Cost Method. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2(1), 1–19.

Matthew, N. K., Shuib, A., Ramachandran, S., & Mohammad-Afandi, S. H. (2019). Economic valuation using travel cost method (TCM) in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi, Malaysia. *Journal of Tropical Forest Science*, 31(1), 78–89. <https://doi.org/10.26525/jtfs2019.31.1.078089>

Mufidah, D. (2019). Valuasi Ekonomi Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan Individual Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Di Bukit Sikunir Dieng Kabupaten Wonosobo. *Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.

Novitasari, E. (2017). *Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang*. Fakultas Eknomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Oktavia, E. (2021). *Menikmati Panorama Pantai Sebalang Serasa di Bali*. <https://tribunlampungtravel.tribunnews.com/2021/01/15/menikmati-panorama-pantai-sebalang-serasa-di-bali>.

Parkin, M. (2017). *Ekonomi Mikro* (11th ed.). Salemba Empat.

Salma, & Susilowati, I. (2004). Analisis permintaan objek wisata alam curug sewu, kabupaten kendal dengan pendekatan travel cost. *Dinamika Pembangunan, Vol 1 No.1*, 153–165.

Simanjuntak, Y. M., & Masbar, R. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pemandian Air Panas Ie Seuum Aceh Besar Dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM), Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsyiah*, 5(2), 66–73.

Sukarso, A., & Karadrisman, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Penentu Permintaan Pada Objek Wisata Situ Lengkong Di Kabupaten Ciamis Tahun 2019. *Jurnal Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi*, 1(1).

Tazkia, F. O., & Hayati, B. (2012). Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian

Air Panas Kalianget , Kabupaten Wonosobo Dengan. *Diponegoro Journal of Economics*, 1(1), 1–10.
https://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=pz5IVo7dB8SfugSkgJbwCg#%5Cnhttp://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme

Trismawati. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Nilai Ekonomi Pada Objek Wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng Kabupaten Sinjai. *Skripsi Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Salomekko, Bone.*, 1–136.

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

Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita : Jakarta.

Zulpikar, F., Prasetyo, D., Virgininda, T., Komara, K. K., & Pramudawardhani, M. (2017). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 1(1), 53. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2017.1.1.53-63>