

**VALUASI EKONOMI DAN PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP
WISATA PANTAI M BEACH DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN
PROVINSI LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Muhamad Riyan Saputra
1914131075



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION AND TOURIST PERCEPTION OF M BEACH TOURISM IN LAMPUNG SELATAN DISTRICT, LAMPUNG PROVINCE

By

MUHAMAD RIYAN SAPUTRA

This research aimed to analyze the tourist travel costs, the factors that influence the frequency of tourist visits, the economic value of tourism, and the tourists' perceptions of M Beach. This research used a survey with a sample of 50 tourists from M Beach was selected using the accidental sampling method. The travel cost method is used to analyze the economic value, and the descriptive method with a Likert scale measuring instrument is used to analyze tourist perceptions. The determination of location was carried out purposively with the consideration that M Beach has been the best-selling tourist attraction in South Lampung Regency for the last five years. The data was collected in January 2023. The results showed the average travel costs incurred by M Beach tourists were Rp146.265,24 per individual per visit, with the highest allocation of travel costs viz consumption costs of 38,43 percent. The factors that influence tourists' visits to M Beach are travel costs, distance, income, age, beach conditions, and public facilities. The total economic value of M Beach tourism is Rp10.474.348.786 per year. Tourists' perception of M Beach in terms of 4A components (attraction, amenity, accessibility, and ancillary) has a positive perception with good criteria.

Keywords: beach, economic value, perception, travel cost

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI DAN PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP WISATA PANTAI M BEACH DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN PROVINSI LAMPUNG

Oleh

MUHAMAD RIYAN SAPUTRA

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis biaya perjalanan wisatawan, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan, analisis nilai ekonomi wisata dan persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel sebanyak 50 orang wisatawan yang dipilih dengan menggunakan metode *accidental sampling*. *Travel Cost Method* digunakan untuk menganalisis nilai ekonomi dan metode deskriptif dengan alat ukur skala likert digunakan untuk menganalisis persepsi wisatawan. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pantai M Beach merupakan tempat wisata terlaris di Kabupaten Lampung Selatan selama lima tahun terakhir. Pengambilan data dilaksanakan pada Januari 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan Pantai M Beach rata-rata sebesar Rp146.265,24 per individu per kunjungan dengan alokasi biaya perjalanan tertinggi yaitu biaya konsumsi sebesar 38,43 persen. Faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan Pantai M Beach adalah biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, kondisi pantai, dan fasilitas umum. Total nilai ekonomi wisata Pantai M Beach yaitu sebesar Rp10.474.348.786 per tahun. Persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach ditinjau dari komponen 4 A (*attraction, amenity, accessibility, dan ancillary*) termasuk dalam persepsi positif dengan kriteria baik.

Kata kunci: biaya perjalanan, nilai ekonomi, pantai, persepsi

**VALUASI EKONOMI DAN PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP
WISATA PANTAI M BEACH DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN
PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

MUHAMAD RIYAN SAPUTRA

Skripsi

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

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **VALUASI EKONOMI DAN PERSEPSI
WISATAWAN TERHADAP WISATA
PANTAI M BEACH DI KABUPATEN
LAMPUNG SELATAN PROVINSI
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Muhamad Riyan Saputra**


Nomor Pokok Mahasiswa : 1914131075

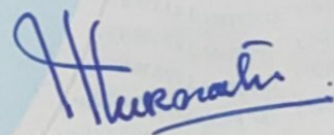
Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

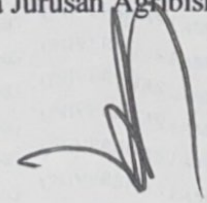


1. Komisi Pembimbing


Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.
NIP 198111192008122003


Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.
NIP 196211201988032002

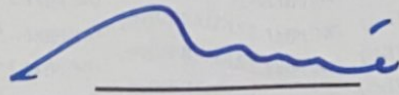
2. Ketua Jurusan Agribisnis


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

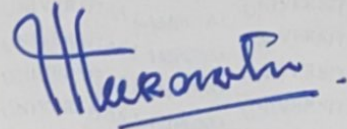
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

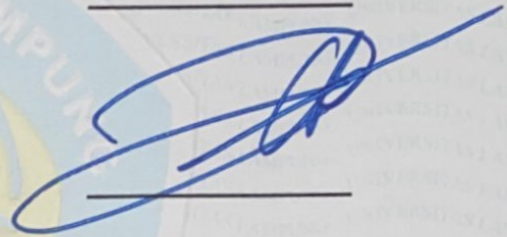
Ketua : Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.



Sekretaris : Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.



Anggota : Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.



2. Dekan Fakultas Pertanian

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



a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kerjasama,

Prof. Dr. Ir. Purnomo, M.S.
NIP. 196406131987031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 06 Juni 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Riyan Saputra
NPM : 1914131075
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jalan Bakau Gang Al Maarij No. 40, Tanjung Raya,
Kedamaian, Bandar Lampung.

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 15 Juni 2023
Penulis,



Muhamad Riyan Saputra
NPM 1914131075

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Kota Bandar Lampung pada tanggal 31 Oktober 2000, sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Nurdin dan Ibu Yuniar. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) diselesaikan di TK Kurnia Bandar Lampung pada tahun 2007, Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Tanjung Gading tahun 2013, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 25 Bandar Lampung pada tahun 2016, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 10 Bandar Lampung pada tahun 2019. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (Homestay) selama 7 hari di Desa Lugusari Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu pada tahun 2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Kota Baru, Kecamatan Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari tahun 2022. Selanjutnya, pada bulan Juni hingga Agustus 2022 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di Kantor Direksi PT Perkebunan Nusantara VII (PTPN7) Kota Bandar Lampung selama 40 hari kerja efektif. Penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi pada semester ganjil tahun ajaran 2022/2023. Semasa menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif sebagai anggota bidang III yaitu minat bakat dan kreatifitas di Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung pada periode tahun 2022 dan sebagai staff administrasi di Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Universitas Lampung pada periode tahun 2021

SANWACANA

Assalamuailaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan dalam kehidupan, juga kepada keluarga, para sahabat, dan pengikutnya. Skripsi yang berjudul **“Valuasi Ekonomi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Wisata Pantai M Beach di Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung”** ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, bimbingan, motivasi, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., selaku Dosen Pembimbing Pertama, atas ketulusan hati dan kesabaran selama memberikan bimbingan, arahan, motivasi, ilmu yang bermanfaat, dan kebijaksanaan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas ketulusan hati dan kesabaran selama memberikan bimbingan, arahan, motivasi, ilmu yang bermanfaat, saran, dan kebijaksanaan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi

6. Dr. Agus Hudoyo, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas arahan, nasihat, dan motivasi yang telah diberikan selama penulis menjalani studi di Jurusan Agribisnis sampai menyelesaikan skripsi
7. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, arahan dan bimbingan dalam penyempurnaan skripsi kepada penulis.
8. Teristimewa kepada kedua orang tuaku tersayang, Ibu Yuniar dan Bapak Nurdin yang telah memberikan doa yang tiada henti, menyayangi, mendidik, membimbing, memberikan motivasi, semangat dan kasih sayang selama ini.
9. Kakak-kakakku tercinta, Sisca Pratiwi dan Putri Indah Nurdianti yang telah mendoakan, memberikan kasih sayang, perhatian, motivasi, semangat dan dukungannya selama ini.
10. Seluruh Dosen dan Karyawan di Jurusan Agribisnis atas semua ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
11. Keluarga besar PT Krakatau Lampung Tourism Development, khususnya Pak Muhammad Chairul Aman dan Kak Kania Kurnia yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan serta kerjasamanya selama ini.
12. Sahabat terbaik penulis, Fisca Adelia Febyani, Rahmadiyah Noerlatiefah, dan Indah Aprilia Dirgantari atas doa, bantuan, saran, semangat, dukungan, kebersamaan, keceriaan, perhatian, kasih sayang, dan ilmu pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis sebelum menjadi mahasiswa hingga lulus kuliah .
13. Sahabat-sahabatku, Safhira Hayyi, Salsa Hentia, Siti Meisa, Ayu Fresilia, Mutiara Anggun, Salma Fairuz, Ratu Aprilia, Intan Anisa, Widya Nurhasanah, Wahyu Gusri, Siti Futakhah, dan Rafika Dila atas semangat, motivasi, perhatian, dukungan, bantuan dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis.
14. Teman-teman seperjuangan kelas Agribisnis C 2019, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas bantuan, saran, dukungan, hiburan, dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis selama melaksanakan kegiatan perkuliahan.

15. Kakak tingkat terbaik, Mba Amalia Huda atas bantuan, doa, motivasi, semangat dan ilmu pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis.
16. Adik-adik Agribisnis C 2022 , yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, dukungan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, dan canda tawa yang telah diberikan kepada penulis.
17. Keluarga Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, kebersamaan, kebahagiaan, dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Aamiin

Bandar Lampung, 15 Juni 2023
Penulis,

Muhamad Riyan Saputra

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Kepariwisata dan Wisata Bahari.....	11
2. Manfaat Ekonomi Wisata	12
3. Permintaan Wisata	12
4. Valuasi Ekonomi	14
5. <i>Travel Cost Method</i> (TCM).....	17
6. Surplus Konsumen.....	18
7. Persepsi Wisatawan	20
8. Penelitian Terdahulu.....	22
B. Kerangka Pemikiran	36
C. Hipotesis Penelitian.....	38
III. METODE PENELITIAN	39
A. Metode Penelitian.....	39
B. Konsep Dasar, Definisi Operasional, dan Pengukuran	39
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian.....	43
D. Jenis dan Pengumpulan Data.....	44
E. Metode Analisis.....	45
1. Analisis biaya perjalanan (<i>travel cost method</i>).....	45
2. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan	46
3. Analisis nilai ekonom	51
4. Analisis persepsi wisatawan	52
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	57
A. Letak Geografis Desa Merak Belantung	57

B. Sejarah Wisata Pantai M Beach	59
C. Kependudukan Desa Merak Belantung	60
D. Status Lahan Wisata Pantai M Beach	60
E. Sarana dan Prasarana Wisata Pantai M Beach	61
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Karakteristik Wisatawan	65
1. Jenis Kelamin Wisatawan.....	65
2. Umur Wisatawan	66
3. Tingkat Pendidikan Wisatawan	67
4. Jenis Pekerjaan Wisatawan.....	68
5. Tingkat Pendapatan Wisatawan.....	69
6. Daerah Asal Wisatawan.....	70
7. Jarak Tempuh Menuju Tempat Wisata.....	71
8. Jumlah Rombongan Wisatawan	72
B. Biaya Perjalanan.....	73
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan	75
D. Nilai Ekonomi Wisata Pantai M Beach.....	86
E. Persepsi Wisatawan.....	88
1. Persepsi Wisatawan Ditinjau dari Komponen <i>Attraction</i>	88
2. Persepsi Wisatawan Ditinjau dari Komponen <i>Amenity</i>	89
3. Persepsi Wisatawan Ditinjau dari Komponen <i>Accessibility</i>	91
4. Persepsi Wisatawan Ditinjau dari Komponen <i>Ancillary</i>	92
5. Rekapitulasi Persepsi Wisatawan Pantai M Beach.....	93
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah pengunjung wisata pantai bahari di Kabupaten Lampung Selatan.....	4
2. Kajian penelitian terdahulu	28
3. Definisi operasional dan pengukuran variabel yang berkaitan dengan frekuensi kunjungan wisatawan ke wisata pantai M Beach.....	40
4. Definisi operasional dan pengukuran variabel yang berkaitan dengan perhitungan valuasi ekonomi wisata pantai M Beach.....	41
5. Definisi operasional dan pengukuran variabel yang berkaitan dengan persepsi wisatawan.....	42
6. Standar skor minimum dan skor maksimum.....	53
7. Interval kelas masing-masing untuk masing-masing komponen persepsi	54
8. Interval kelas untuk total indikator pada komponen persepsi	54
9. Hasil uji validitas	55
10. Hasil uji reliabilitas	56
11. Biaya perjalanan wisatawan di wisata Pantai M Beach	74
12. Hasil uji normalitas	76
13. Hasil uji multikolinearitas	77
14. Hasil uji heteroskedastisitas	78
15. Hasil estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke wisata Pantai M Beach	78
16. Hasil perhitungan nilai ekonomi wisata Pantai M Beach	86
17. Persepsi wisatawan dari variabel <i>attraction</i>	88
18. Persepsi wisatawan dari variabel <i>amenity</i>	89
19. Persepsi wisatawan dari variabel <i>accessibility</i>	91
20. Persepsi wisatawan dari variabel <i>ancillary</i>	92
21. Rekapitulasi persepsi wisatawan.....	94
22. Identitas responden wisatawan Pantai M Beach	102
23. Rincian biaya perjalanan	104
24. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan.....	110
25. Dummy fasilitas umum	113
26. Dummy kondisi pantai	116
27. Perhitungan surplus konsumen	117

28. Persepsi wisatawan ditinjau dari <i>attraction</i>	118
29. Persepsi wisatawan ditinjau dari <i>amenity</i>	119
30. Persepsi wisatawan ditinjau dari <i>amenity</i>	120
31. Persepsi wisatawan ditinjau dari <i>accessibility</i>	122
32. Persepsi wisatawan ditinjau dari <i>ancillary</i>	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Penerimaan devisa negara sektor pariwisata tahun 2017-2022	2
2. Objek wisata di Kabupaten Lampung Selatan	3
3. Jumlah kunjungan wisatawan pantai M Beach tahun 2022	5
4. Bagan valuasi ekonomi	15
5. Grafik surplus konsumen pada TCM	19
6. Paradigma penelitian valuasi dan persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung	37
7. Peta lokasi Desa Merak Belantung	58
8. Keindahan Pantai M Beach	61
9. Mushola Pantai M Beach	62
10. Toilet Pantai M Beach	62
11. <i>Foodcourt</i> Pantai M Beach	63
12. <i>Glamping</i>	63
13. Spot foto	63
14. <i>Playground</i>	64
15. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan jenis kelamin	66
16. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan umur	67
17. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan tingkat pendidikan	68
18. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan jenis pekerjaan	69
19. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan tingkat pendapatan	70
20. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan daerah asal	71
21. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan jarak tempuh menuju tempat wisata	72
22. Grafik karakteristik pengunjung berdasarkan jumlah rombongan	73
23. Pantai M Beach	125
24. Gazebo	125
25. Lahan parkir	125
26. Infrastruktur jalan menuju wisata Pantai M Beach	126
27. Foto bersama responden	126
28. Foto bersama responden 2	126

I. PENDAHULUAN

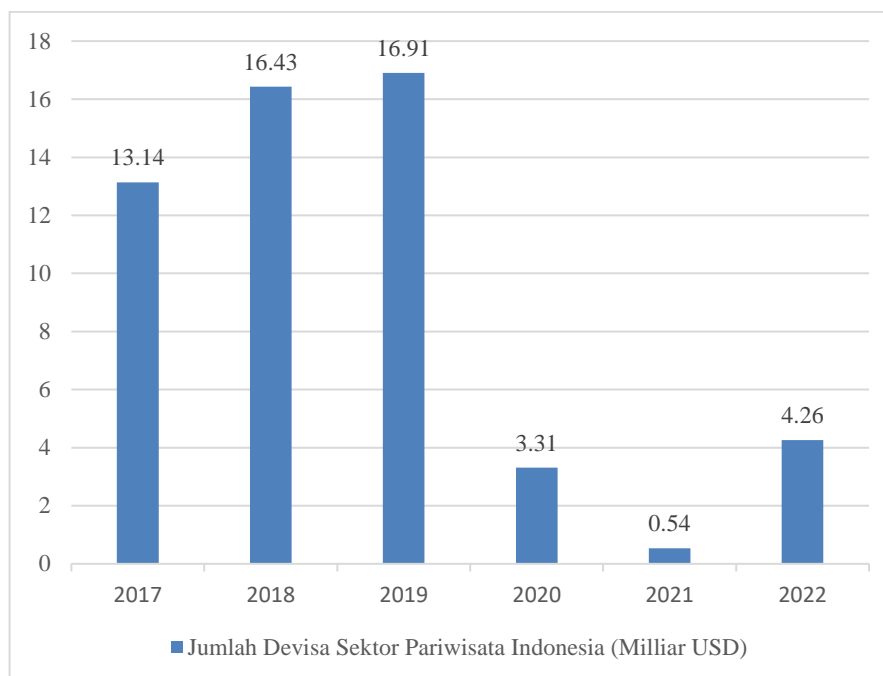
A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki sumber daya alam yang sangat melimpah. Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia baik flora maupun fauna dapat dikembangkan sehingga akan berdampak pada pemanfaatan sumber daya alam oleh masyarakat. Pemanfaatan sumber daya alam dapat meningkatkan nilai ekonomi jika dikelola dan digunakan dengan baik oleh masyarakat dan pemerintah (Suharyanti, 2019). Terdapat banyak cara dalam pemanfaatan sumber daya alam, salah satunya adalah menjadikannya sebagai obyek wisata.

Menurut *UN World Tourism Organization* atau UNWTO (2023) sektor pariwisata dunia pada kuartal 1 tahun 2023 berada dalam mode pemulihan setelah adanya pandemi COVID-19. Meskipun berada di mode pemulihan, pertumbuhan pariwisata saat ini terus meningkat sehingga menjadikannya sebagai sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan yang signifikan sekitar 54 persen di hampir seluruh negara Asia dan Pasifik. Sebagai tuan rumah Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 tahun 2022, Indonesia berkomitmen kuat untuk memperluas sektor pariwisatanya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya penyelenggaraan *international events* pada tahun ini.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang dapat dijadikan sebagai penghasil devisa nomor satu untuk memajukan kemajuan nasional. Pariwisata di Indonesia dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi yang penting, sehingga industri pariwisata sering dipandang sebagai jawaban atas berbagai masalah

ekonomi di Indonesia (Suwantoro, 2004). Berikut ini data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 tentang penerimaan devisa negara pada sektor pariwisata tahun 2016-2021 yang dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Penerimaan devisa negara sektor pariwisata tahun 2017-2022

Sumber: BPS, 2023

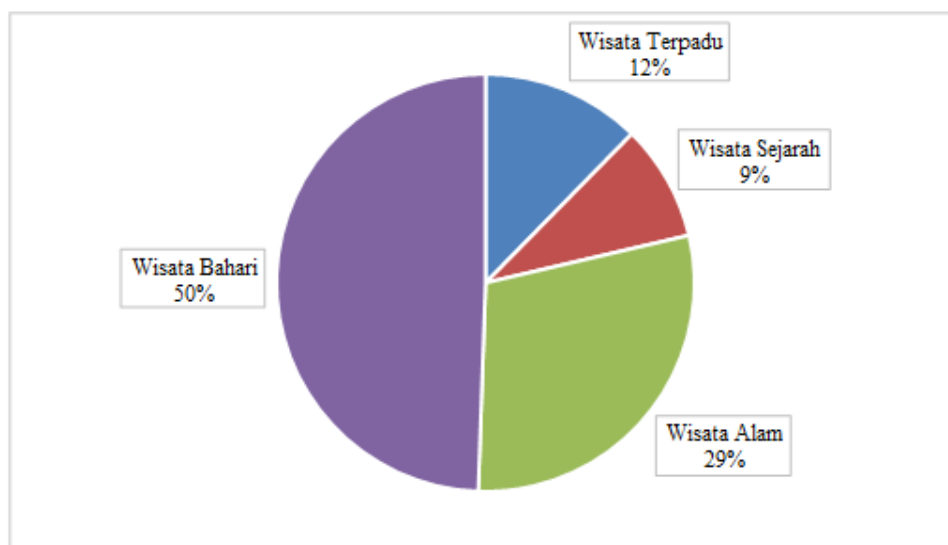
Berdasarkan data pada Gambar 1, dapat dilihat bahwa penerimaan devisa negara pada tahun 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan, sedangkan pada tahun 2019 hingga 2021 devisa negara mengalami penurunan yang drastis yang disebabkan akibat pandemic COVID-19. Pada tahun 2022 penerimaan devisa dari sektor pariwisata mulai kembali mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan karena pemerintah melonggarkan aturan pembatasan aktivitas masyarakat terkait pencegahan pandemi Covid-19 sehingga terjadi peningkatan angka kunjungan wisatawan di setiap tempat wisata.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) saat ini sektor pariwisata berada di fase normalisasi yaitu persiapan berwisata dengan protokol CHSE (*Cleanliness, Healthy, Safety, and Environmental Sustainability*) dan menargetkan pendapatan devisa di tahun 2022 naik mencapai 0,47 hingga 1,7 miliar USD. Selain menjadi penghasil devisa

negara, sektor pariwisata juga dapat membuka berbagai peluang penciptaan lapangan kerja.

Provinsi Lampung adalah provinsi yang terletak di ujung Selatan Pulau Sumatera. Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah potensial untuk pengembangan pariwisata. Sebagai pintu gerbang Pulau Sumatera, Provinsi Lampung sering dijadikan jalur lintas bagi orang-orang yang menyebrang dari Pulau Sumatera menuju Pulau Jawa atau sebaliknya. Posisi ini menjadikan Provinsi Lampung banyak dikunjungi dan memiliki banyak destinasi wisata khususnya wisata bahari.

Kabupaten Lampung Selatan adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang beribukota di Kalianda. Menurut BPS Provinsi Lampung, Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2021 memiliki luas wilayah 2.219,46 km². Kabupaten ini terkenal akan destinasi wisatanya dan memiliki banyak potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan sehingga berbagai jenis objek wisata dapat dijumpai mulai dari objek wisata alam, sejarah dan terpadu. Terdapat kurang lebih 89 objek wisata yang ada di Kabupaten Lampung Selatan dan didominasi oleh wisata bahari. Objek wisata tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Objek wisata di Kabupaten Lampung Selatan tahun 2021

Sumber: Dinas pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2022

Gambar 2 menunjukkan bahwa objek wisata bahari memiliki persentase tertinggi yaitu 50 persen atau sebanyak 44 objek wisata dari total seluruh objek wisata yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Kabupaten Lampung Selatan memiliki banyak destinasi wisata bahari disebabkan karena letaknya yang berada di Pesisir Teluk Lampung yang membuat kabupaten ini diprioritaskan untuk pengembangan subsektor pariwisata. Wisata bahari memberikan manfaat ekonomi berupa Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari retribusi yang dikenakan pengunjung. Berikut merupakan data jumlah pengunjung di beberapa wisata bahari di Kabupaten Lampung Selatan dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah pengunjung wisata pantai bahari di Kabupaten Lampung Selatan

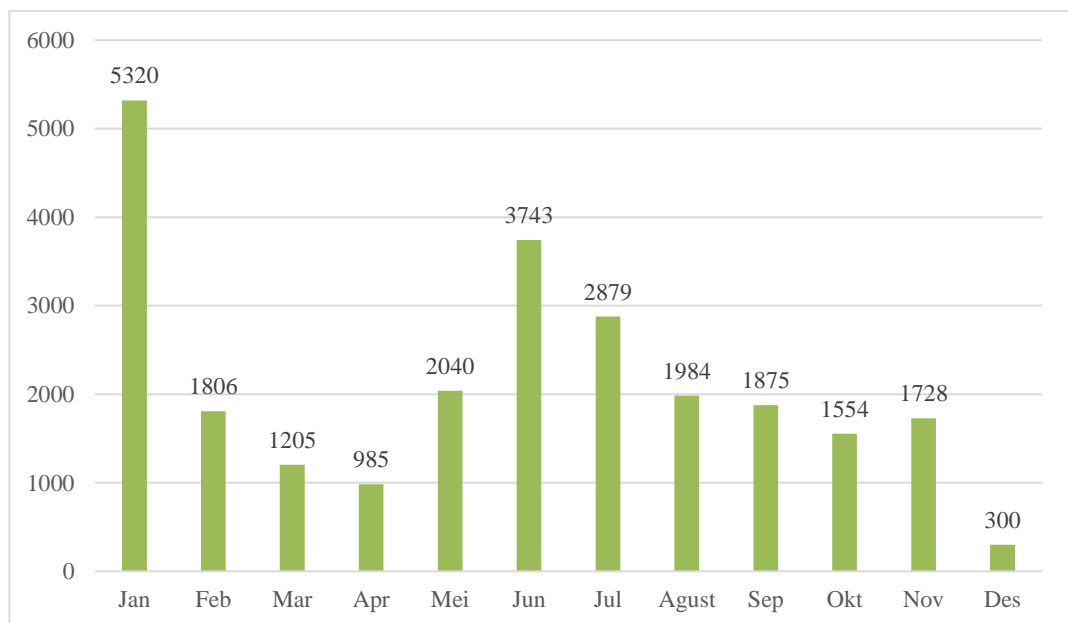
No	Objek Wisata	Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)				
		2018	2019	2020	2021	2022
1.	Pantai Pasir Putih	6.155	6.409	1.006	7.024	19.770
2.	Pantai Alau-alau	2.131	1.596	939	1.344	12.114
3.	Pantai Batu Lapis	1.851	2.324	363	0	210
4.	Pantai M Beach (Merak Belantung)	35.120	24.218	885	24.154	25.419
5.	Pantai Tanjung Selaki	8.573	3.030	479	5.862	4.570
6.	Pantai Wartawan	1.805	1.966	304	493	1.074
7.	Pantai Tanjung Beo	2.838	2.285	666	1.522	2.188
8.	Pantai Bagus	22.940	24.480	2.448	14.444	12.559
9.	Pantai Suak	5.683	4.939	807	201	1.388
10.	Pantai Guci Batu Kapal	5.550	4.530	475	940	4.524
Total		92.646	75.777	8.372	55.984	55.984

Sumber : Dinas pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2023

Tabel 1 dapat menjelaskan bahwa Kabupaten Lampung Selatan memiliki banyak wisata bahari yang mampu menarik banyak wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Salah satu wisata bahari yang ada di Kabupaten Lampung Selatan adalah Pantai M Beach atau juga dikenal dengan nama Embe Beach Merak Belantung. Berdasarkan Tabel 1, Pantai M Beach memiliki banyak jumlah pengunjung setiap tahunnya. Hal tersebut membuat pantai ini memiliki predikat sebagai pantai terlaris di Kabupaten Lampung Selatan

selama lima tahun terakhir (Amrina *et al.*, 2020). Fluktuasi jumlah pengunjung wisata Pantai M Beach terjadi setiap tahunnya. Pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup drastis. Hal ini disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19 yang secara langsung berdampak pada kegiatan wisata di Pantai M Beach.

Pantai M Beach adalah objek wisata bahari yang berada di Desa Merak Belantung Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Letak Pantai M Beach berdekatan dengan Pantai Tanjung Beo dan Pantai Bagus. Pantai ini memiliki keindahan dan keunikannya tersendiri sehingga menjadi salah satu obyek wisata bahari terlaris dan menjadi tujuan wisata yang ramai yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Berikut ini merupakan data pengunjung Pantai M Beach dalam satu tahun terakhir yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Jumlah kunjungan wisatawan M Beach tahun 2022

Sumber: Dinas pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2023

Berdasarkan Gambar 3, dapat dilihat bahwa Pantai M Beach mengalami fluktuasi jumlah pengunjung pada satu tahun terakhir. Menurut Amrina (2020) Pantai M Beach selalu dibanjiri oleh pengunjung pada akhir pekan maupun

libur nasional. Pantai ini menawarkan *glamping (glamour camping)* untuk wisatawan yang ingin merasakan sensasi berkemah di pinggir laut dengan berbagai fasilitas lengkap yang disediakan. Selain berwisata alam, Pantai M Beach juga menawarkan berbagai jenis wisata antara lain wisata budaya, sejarah dan rohani. Melihat perkembangan yang signifikan pada wisata bahari di Kabupaten Lampung Selatan, pemerintah Provinsi Lampung saat ini sedang mengembangkan potensi wisata pantai yang sudah ada dengan memaksimalkan potensi yang ada.

Daya tarik wisata bahari dari waktu ke waktu semakin meningkat dan memberikan beberapa manfaat seperti meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat setempat (Sya'rani & Zainuri, 2013). Daya tarik tersebut tidak lepas kaitannya dengan pengelolaan tempat wisata. Seringkali sumber daya alam dan lingkungan yang ada di tempat wisata dieksploitasi oleh pihak pengelola guna menciptakan permintaan wisatawan yang tinggi. Pada dasarnya lingkungan berfungsi sebagai penyedia input berupa bahan mentah, penyerap limbah alami dan sebagai penunjang fasilitas seperti sarana edukasi dan hiburan (*amenity*). Seiring dengan perkembangan dan peningkatan pembangunan ekonomi, fungsi lingkungan menjadi semakin menurun. Penurunan salah satu fungsi pada lingkungan akan berdampak pada fungsi yang lainnya seperti banyaknya limbah yang melebihi daya tampung lingkungan akan berdampak pada berkurangnya jumlah bahan mentah yang disediakan oleh lingkungan, sehingga kemampuan lingkungan sebagai penunjang fasilitas juga akan semakin berkurang. Dengan begitu, membuktikan bahwa pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan sering dianggap sebagai jasa lingkungan yang tidak bernilai dan perlu dilakukannya penilaian terhadap lingkungan (Wanti *et al.*, 2014).

Berkaitan dengan pengelolaan tempat wisata, perlu juga memperhatikan para pelaku wisata salah satu diantaranya adalah wisatawan. Wisatawan merupakan konsumen yang harus mendapatkan perhatian dari pihak pengelola tempat wisata. Memahami persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach sangat bermanfaat terhadap strategi dan kebijakan yang dapat dibuat oleh pengelola.

Hal tersebut menyangkut apa saja yang dipertimbangkan wisatawan dalam pemilihan tempat wisata dan tidak lepas dari proses konsumsi oleh wisatawan untuk membeli jasa lingkungan yang disediakan tempat wisata.

Dengan begitu, untuk menunjang pengambilan keputusan pengelola terhadap sumber daya alam dan lingkungan di wisata Pantai M Beach, diperlukan analisis nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan (*travel cost method*). Penulis juga ingin meneliti bagaimana persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan serta seberapa biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan agar tetap bisa memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat secara berkelanjutan dengan meningkatnya pengelolaan dan tingkat pengunjung di wisata Pantai M Beach.

B. Rumusan Masalah

Pantai M Beach merupakan wisata pantai yang menawarkan keindahan dan keunikannya tersendiri. Keindahan alam di kawasan ini tidak hanya berada di permukaan laut saja, bahkan di dalamnya terdapat taman terumbu karang yang sangat mempesona dengan ikan-ikan hias kecil sebagai penyempurna keindahannya. Selain menikmati keindahan alamnya, pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas wisata seperti, *glamping*, *playground*, spot foto unik, perahu wisata yang meliputi kegiatan memancing, *snorkeling*, dan berkeliling pantai sehingga pantai ini memiliki kunjungan wisata terbanyak dan terlaris selama lima tahun terakhir di Kabupaten Lampung Selatan.

Industri pariwisata merupakan kegiatan mata rantai yang sangat panjang, sehingga banyak membuka kesempatan kerja dan menambah pemasukan atau pendapatan masyarakat sekitarnya. Selain itu, industri pariwisata juga dapat menciptakan aktivitas ekowisata yang seiring berjalannya waktu dapat menurunkan bahkan menghilangkan sumber daya alam yang ada di daerah sekitar

tempat wisata, sehingga menyebabkan menurunnya daya tarik ekowisata dan mempengaruhi aktivitas ekonomi yang ada. Upaya pemanfaatan Pantai M Beach melalui kegiatan wisata dapat dikatakan belum dilakukan secara optimal.

Tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai M Beach belum diikuti dengan baiknya pengelolaan terhadap pantai ini, seperti banyaknya sampah yang dapat mengotori pantai dan belum dilakukannya perhitungan akan valuasi ekonomi dalam memoneterisasi sumber daya alam dan lingkungan. Moneterisasi (mengonversikan sebagai uang) sumber daya alam dan lingkungan penting dilakukan agar dapat mendorong kesadaran pengelola dan masyarakat terhadap lingkungan. Pengelola wisata Pantai M Beach belum sepenuhnya tepat dan efektif dalam melakukan inovasi dan pengembangan tempat wisata. Persepsi wisatawan dapat digunakan pengelola dalam mengadaptasi strategi untuk menghindari kesalahan sasaran dan keputusan yang tidak tepat serta dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, mengubah atau menyesuaikan fasilitas, pelayanan, dan kegiatan yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dari wisatawan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu penilaian ekonomi dari Pantai M Beach agar dapat mencegah terjadinya kerusakan alam. Nilai ekonomi dari suatu objek wisata tidak dapat dinilai dari perolehan penjualan tiket saja. Penilaian ekonomi dari suatu objek wisata sering dinyatakan sebagai barang bebas (*free goods*) dan membutuhkan suatu metode pendekatan tertentu yaitu metode biaya perjalanan (*travel cost method*). Metode ini kemudian digunakan untuk mengestimasi besarnya permintaan, manfaat (*benefit*) atau surplus konsumen dari suatu ekosistem yang dijadikan tempat wisata.

Wisatawan yang telah mengeluarkan biaya perjalanan untuk melakukan aktivitas wisata akan berharap bahwa tempat wisata yang dikunjungi sesuai dengan harapannya, sehingga perlu adanya pengukuran persepsi wisatawan terhadap Pantai M Beach sebagai tambahan informasi untuk pengelolaan dan pengembangan tempat wisata serta sebagai acuan dalam mengambil kebijakan yang tepat di masa depan.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan di wisata Pantai M Beach?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan di wisata Pantai M Beach?
3. Bagaimana nilai ekonomi dari wisata Pantai M Beach berdasarkan analisis biaya perjalanan (*travel cost method*)?
4. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan di wisata Pantai M Beach.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan di wisata Pantai M Beach.
3. Menganalisis nilai ekonomi dari wisata Pantai M Beach berdasarkan analisis biaya perjalanan atau *Travel Cost Method* (TCM).
4. Mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Untuk pengelola, diharapkan memberikan kontribusi bagi pengelola tempat wisata sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk melakukan pengelolaan terhadap wisata Pantai M Beach.

2. Untuk pemerintah, diharapkan memberikan kontribusi bagi pemerintah sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam menentukan perencanaan dan pengelolaan tempat wisata serta menentukan suatu kebijakan di masa yang akan datang.
3. Untuk peneliti lain, diharapkan memberikan manfaat sebagai bahan referensi atau rujukan untuk kajian penelitian yang berhubungan dengan nilai ekonomi lingkungan dan persepsi wisatawan terhadap objek wisata.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Kepariwisataaan dan Wisata Bahari

Pemahaman tentang kepariwisataan dapat dimulai dengan menetapkan terminologi dari kata wisata dan pariwisata. Wisata adalah setiap perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan sukarela bertujuan untuk berlibur atau untuk tujuan lain selain mencari nafkah dan bersifat sementara. Sementara Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan perjalanan yang berkaitan dengan penyedia dan pendukung berlangsungnya wisata seperti usaha biro perjalanan, informasi pariwisata dan lain sebagainya. Kepariwisataaan dapat diartikan sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan pemerintah, pengusaha, atau masyarakat sebagai penyelenggara dari pariwisata dengan didasarkan pada pelestarian sumber daya alam, nilai-nilai agama, sosial, budaya dan ekonomi. Kepariwisataaan bersifat kompleks yang meliputi perencanaan hingga pengawasan dari pelaksanaan pariwisata (Zaenuri, 2012).

Menurut UNWTO kepariwisataan merupakan kekuatan pendorong dalam melindungi warisan alam dan budaya serta melestarikannya untuk generasi mendatang. Puluhan juta pekerjaan dan bisnis di seluruh negara bergantung pada sektor pariwisata yang kuat dan berkembang. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa salah satu tujuan kegiatan kepariwisataan adalah pelestarian alam dan lingkungan, pemberdayaan masyarakat setempat, dan perlindungan akan

sumber daya alam dan lingkungan, berdasarkan prinsip keterpaduan antar sektor, antar wilayah baik pusat dan daerah dalam rangka otonomi daerah serta keterpaduan antar pemangku kepentingan.

Wisata bahari adalah jenis wisata minat tertentu yang memanfaatkan potensi alam laut dan pesisir secara langsung seperti berperahu, berenang, snorkeling, menyelam dan memancing atau secara tidak langsung seperti olahraga pantai dan piknik untuk menikmati suasana. Wisata alam bahari memegang peranan yang sangat penting dari segi ekonomi dan ekologi. Secara ekonomi, pengembangan wisata bahari berperan dalam meningkatkan pendapatan devisa negara dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar kawasan. Secara ekologis, pemanfaatan kawasan untuk wisata bahari dapat menyebabkan kerusakan ekosistem laut jika tidak dikelola dengan baik (Yustinaningrum, 2017).

2. Manfaat Ekonomi Wisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 dalam Pasal 3 berbunyi “Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat”. Kepariwisataan bertujuan dalam meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan. Pariwisata bermanfaat dalam meningkatkan lapangan pekerjaan, taraf hidup, dan pendapatan masyarakat. Manfaat ekonomi dari wisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya menimbulkan kegiatan produksi baik barang dan jasa, yang selanjutnya akan mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi (Farhan, 2017).

3. Permintaan Wisata

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh individu dengan kemampuan membeli pada harga tertentu dan dalam waktu tertentu. Permintaan merupakan keinginan konsumen membeli suatu barang pada

berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Sementara itu, permintaan masyarakat akan jasa pariwisata seperti tempat wisata bahari juga sama dengan permintaan barang dan jasa (Muntasib, 2007).

Yoeti (2013) menyatakan bahwa permintaan pariwisata dibagi menjadi dua yaitu permintaan potensial dan permintaan aktual. Permintaan potensial adalah permintaan sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan wisata yaitu mempunyai uang, sehat fisik tetapi belum mempunyai waktu senggang untuk bepergian sebagai wisatawan. Permintaan aktual adalah permintaan sejumlah orang yang melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat wisata dan mengeluarkan biaya perjalanan. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata, yaitu:

a) Pendapatan

Seorang individu akan melakukan perjalanan wisata bilamana telah mempunyai uang lebih yang tidak mempengaruhi keadaan rumah tangganya jika dibelanjakannya uang tersebut.

b) Harga

Adanya perubahan terhadap *tourist product* seperti hotel, rumah makan, dan sarana transportasi yang akan selalu mengakibatkan substitusi.

c) Struktur keluarga

Disposable personal income seseorang relatif akan berkurang apabila memiliki tanggungan keluarga dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki tanggungan keluarga.

d) Kualitas

Kualitas suatu barang atau jasa akan sangat mempengaruhi kesediaan individu untuk membeli barang atau jasa tersebut.

e) Perubahan cuaca dan iklim

Adanya perubahan cuaca dan iklim akan sangat mempengaruhi permintaan akan destinasi wisata khususnya wisata bahari yang sepenuhnya tergantung pada alam.

f) Hari libur

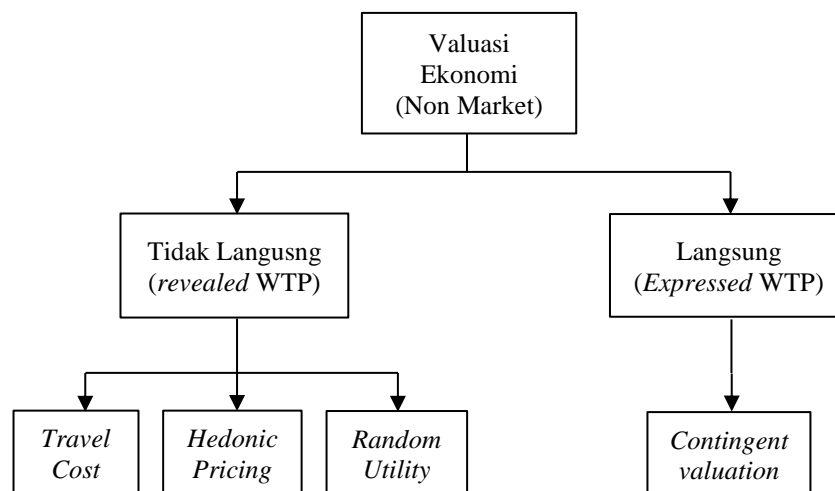
Individu akan melakukan perjalanan wisata di saat hari libur atau cuti untuk keperluan *refreshing* dari segala rutinitas yang ada.

Antara satu faktor dengan faktor yang lain terdapat hubungan yang saling mempengaruhi sehingga akumulasi dari faktor-faktor di atas dapat menciptakan permintaan wisatawan. Mempunyai harga yang relatif murah saja tidak cukup, karena dalam berwisata perlu diperhatikan juga kualitasnya. Harga atau biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan dapat memberikan korelasi positif terhadap permintaan wisata sesuai dengan teori ekonomi yang menyatakan bahwa permintaan akan suatu barang merupakan fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut dan barang lainnya. Oleh karena itu, permintaan akan wisata dapat dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Stabler *et al.*, 2009).

4. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*). Valuasi ekonomi sumber daya merupakan alat ekonomi (*economic tool*) yang menggunakan teknik penilaian khusus untuk memperkirakan nilai uang dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam dan lingkungan. Pemahaman tentang konsep valuasi ekonomi memungkinkan pembuat kebijakan dapat menentukan penggunaan sumberdaya alam dan lingkungan yang efektif dan efisien. Menurut Susilowati (2009) lingkungan merupakan barang yang tidak memiliki pasar (*non market goods*). Lingkungan memiliki manfaat fungsi ekologis yang seringkali tidak terkuantifikasi dalam perhitungan nilai lingkungan secara keseluruhan seperti keindahan alam, kejernihan air sungai, dan udara yang bersih. Pentingnya fungsi ekonomi dan non-ekonomi lingkungan memerlukan penilaian yang komprehensif, termasuk nilai pasar (*market value*) barang dan jasa yang dihasilkan oleh lingkungan.

Secara umum, teknik valuasi ekonomi sumber daya yang tidak dapat dipasarkan (*non-market valuation*) dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah teknik valuasi yang didasarkan pada harga implisit dimana WTP terungkap melalui model yang dikembangkan. Teknik ini sering disebut juga dengan teknik berdasarkan *revealed* WTP (keinginan membayar yang terungkap). Beberapa teknik yang termasuk kedalam kelompok yang pertama ini adalah *travel cost*, *hedonic pricing*, dan teknik yang relatif baru yang disebut *random utility model*. Kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survei dimana keinginan membayar atau WTP diperoleh langsung dari responden, yang langsung diungkapkannya secara lisan maupun tertulis. Salah satu teknik yang cukup populer dalam kelompok ini adalah yang disebut *Contingent Valuation Method* (CVM). Teknik dari valuasi ekonomi (*non Market*) dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Bagan valuasi ekonomi

Sumber: Firandari (2009)

Gambar 4 menjelaskan bahwa pada valuasi ekonomi *non market* dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu tidak langsung dan langsung. Teknik perhitungan pada valuasi ekonomi tidak langsung adalah sebagai berikut:

a. *Travel Cost Method*

Biaya perjalanan atau *travel Cost Method* (TCM) adalah metode yang digunakan dalam perhitungan nilai ekonomi secara tidak langsung khususnya pada permintaan terhadap suatu ekosistem yang dijadikan tempat wisata seperti sungai, pantai, dan hutan. Metode ini pada prinsipnya digunakan untuk mengkaji seluruh biaya yang telah dikeluarkan pada setiap individu untuk mengunjungi suatu tempat wisata.

b. *Hedonic Pricing*

Hedonic Pricing merupakan suatu metode penilaian terhadap lingkungan berdasarkan perbedaan pada harga sewa bangunan atau tanah dengan asumsi pada perbedaan kualitas lingkungan. Pendekatan ini secara tidak langsung digunakan untuk mengestimasi nilai perubahan kualitas lingkungan agar nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) dapat ditentukan.

c. *Random Utility Model*

Random Utility Model merupakan metode yang hampir sama dengan TCM dan lebih berfokus pada alternatif lokasi wisata yang terpaku pada jumlah kunjungan rekreasi dan faktor-faktor pengganti lokasi wisata sehingga nilai dari karakteristik suatu alternatif ke lokasi lain dapat diukur.

Sedangkan teknik perhitungan pada valuasi ekonomi langsung yaitu *Contingent valuation method* (CVM), dimana informasi yang tergantung dari hipotesis yang dibangun biasanya disebut dengan metode *contingent* (tergantung). CVM dapat juga dipakai untuk mengukur nilai pasif (non pemanfaatan) dari sumber daya alam. Tujuan dari metode ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar keinginan membayar (*willingness to pay*) dan keinginan menerima (*willingness to accept*) dari masyarakat jika terjadi kerusakan dan pelestarian akan sumber daya alam dan perubahan lingkungan. Metode ini memiliki kelebihan dalam memperkirakan manfaat barang di berbagai penelitian pada suatu lingkungan di sekitar masyarakat (Fauzi, 2014).

5. *Travel Cost Method (TCM)*

Travel Cost Method (TCM) atau biaya perjalanan adalah metode tertua untuk mengukur nilai ekonomi tidak langsung dari sumber daya alam. Metode ini berasal dari pemikiran yang dikembangkan oleh Hotelling pada tahun 1931 dan kemudian secara formal diperkenalkan oleh Wood dan Trice tahun 1958 dan Clawson dan Knetsh tahun 1966. Metode ini terutama digunakan untuk menganalisis permintaan rekreasi luar ruangan, seperti memancing, berburu, mendaki, dan sebagainya (Fauzi, 2010).

Pada prinsipnya metode ini mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan oleh setiap individu untuk mengunjungi tempat rekreasi, misalnya untuk menyalurkan hobi memancing atau bersantai di pantai, seseorang akan mengorbankan biaya berupa waktu dan uang untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut. Dengan mengetahui pola pengeluaran konsumen ini, maka akan dapat dikaji berapa nilai (*value*) yang diberikan konsumen terhadap sumber daya alam dan lingkungan.

Secara umum, terdapat dua teknik sederhana yang digunakan untuk menentukan nilai ekonomi berdasarkan *travel cost method*, teknik tersebut yaitu pendekatan melalui zonasi dan pendekatan individual. Pendekatan melalui zonasi adalah pendekatan yang sederhana dan murah karena data yang dibutuhkan berdasarkan pada data sekunder dan beberapa data sederhana dari responden saat survei. Pendekatan individual adalah pendekatan yang berdasarkan pada data primer dan diperoleh melalui survei dan teknik statistika yang lebih kompleks. Pendekatan individual memiliki kelebihan seperti hasil yang didapat lebih akurat dibandingkan dengan pendekatan zonasi, di dalam menentukan fungsi permintaan untuk kunjungan wisata, pendekatan ini lebih menggunakan teknik ekonometrik seperti regresi sederhana. Perhitungan dari kedua pendekatan tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. *Zona Travel Cost Method (ZTCM)* merupakan estimasi TCM berdasarkan data yang berhubungan dengan zona (daerah) asal pengunjung. Persamaan ZTCM, yaitu :

$$V_{hj}/N_h = f(P_{hj}, SOC_h, SUB_h)$$

Keterangan :

- V_{hj}/N_h = Tingkat partisipasi zona h (kunjungan perkapita ke lokasi wisata j)
 P_{hj} = Biaya perjalanan dari zona h ke lokasi j
 SOC_h = *Vector* dari karakteristik sosial ekonomi zona h
 SUB_h = *Vector* dari karakteristik lokasi rekreasi substitusi untuk individu di zona h

- b. *Individual Travel Cost Method* (ITCM) merupakan estimasi CVM berdasarkan data survei dari setiap individu (pengunjung), bukan berdasarkan pengelompokan zona. Secara sederhana fungsi permintaan ITCM dapat ditulis sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, M_i)$$

Keterangan :

- V_{ij} = Frekuensi kunjungan oleh individu I ke tempat wisata j
 C_{ij} = Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi lokasi wisata j
 T_{ij} = Biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j
 Q_{ij} = Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi
 S_{ij} = Karakteristik substitusi yang mungkin ada di tempat lain
 M_i = Pendapatan (*income*) dari individu (Fauzi, 2010)

Beberapa asumsi dasar yang harus dibangun agar penilaian terhadap sumber daya alam tidak bias melalui TCM antara lain:

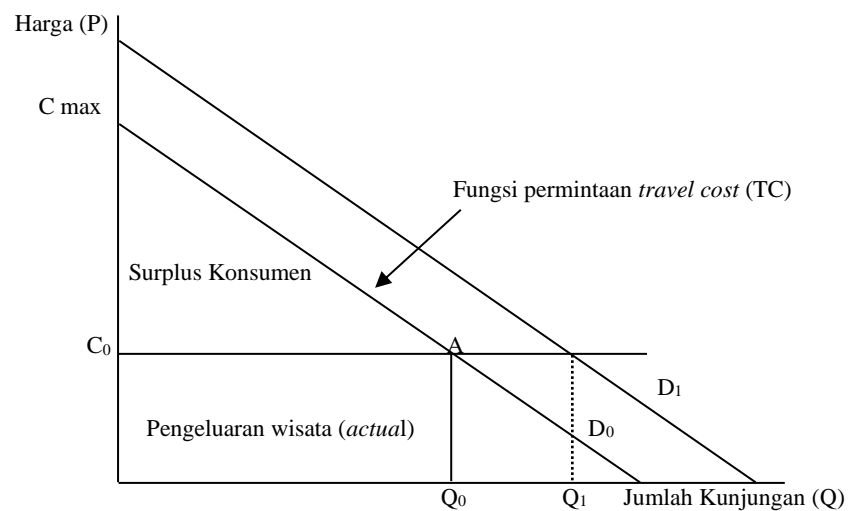
- Biaya perjalanan dan biaya waktu digunakan sebagai *proxy* atas harga rekreasi;
- Waktu perjalanan bersifat netral, artinya tidak menghasilkan utilitas maupun disutilitas
- Biaya perjalanan merupakan perjalanan tunggal (bukan *multiple travel*) (Fauzi, 2010).

6. Surplus Konsumen

Surplus konsumen adalah kelebihan atau selisih antara kepuasan total atau total utility (yang dinilai dengan uang) yang dinikmati konsumen dari

mengonsumsi sejumlah barang tertentu dengan pengorbanan totalnya (dinilai dengan uang) untuk memperoleh jumlah barang tersebut. Surplus konsumen muncul karena konsumen menerima lebih dari yang mereka bayar dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marjinal yang semakin berkurang. Pada pasar yang berfungsi baik, harga pasar mencerminkan nilai marjinal, seperti unit produk yang diperdagangkan. Secara sederhana, surplus konsumen dapat diukur sebagai daerah antara kurva permintaan dan garis harga (Kusumawardani *et al.*, 2012).

Surplus konsumen menunjukkan seberapa besar seseorang menilai suatu tempat (wisata) yang didasarkan pada kunjungan yang dilakukannya (Fauzi, 2014). Surplus konsumen adalah daerah AC_0C_{max} dimana C_{max} adalah biaya perjalanan maksimum yang membuat jumlah kunjungan menjadi nol. Berikut surplus konsumen dalam TCM dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Grafik surplus konsumen dalam TCM

Sumber: Fauzi (2014)

Berdasarkan Gambar 5 diketahui bahwa garis harga pasar sejajar dengan permintaan konsumen, artinya harga yang diberlakukan atas suatu barang adalah tetap dan tidak melihat jumlah permintaan konsumen. Sedangkan garis permintaan konsumen miring dari kiri atas ke kanan bawah, karena semakin rendah harga yang ditawarkan akan mengakibatkan semakin tinggi

permintaan konsumen. Surplus konsumen dapat diukur dengan formula sebagai berikut:

$$SK = \frac{x^2}{2\beta}$$

Keterangan :

SK = Surplus konsumen

X = Fungsi biaya perjalanan hasil regresi

β = Koefisien biaya perjalanan

7. Persepsi Wisatawan

Menurut Robbin dan Judge (2015) persepsi adalah sebuah proses individu dalam mengatur atau mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensoris untuk memberikan pengertian pada lingkungannya. Persepsi sangat dipengaruhi oleh gerakan, suara, ukuran, dan atribut-atribut lain sehingga membentuk cara kita memandangnya. Persepsi sebagai proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan suatu gambaran yang bermakna, persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan dan keadaan individu yang bersangkutan (Ramadhan, 2009).

a. Proses terjadinya persepsi

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan lingkungan atau individu lain melalui panca inderanya. Menurut Berutu (2017) indera ini digunakan untuk mengolah atau berhubungan dengan suatu objek atau peristiwa. Proses interaksi terjadi karena adanya stimulus yang ditangkap oleh panca indera, yang kemudian menimbulkan respon pada individu. Melalui stimulus ini, individu akan memberikan makna terhadap suatu objek atau peristiwa. Proses pemberian makna ini dapat digambarkan sebagai proses persepsi. Terdapat syarat untuk terjadinya persepsi, yaitu:

- 1) Adanya objek fisik yang dapat menimbulkan stimulus rangsangan seperti dirasa, dicium, dilihat, diraba, dan didengar.

- 2) Syarat fisiologis, adanya tiga faktor dominan seperti alat indera, saraf sensorik dan otak.
- 3) Syarat psikologis, adanya perhatian dari individu sehingga menyadari apa yang diterima.

b. Sifat Persepsi

Menurut Baihaqi (2007) secara umum ada beberapa sifat persepsi, antara lain:

- 1) Persepsi timbul secara spontan, yaitu, ketika seseorang dihadapkan dengan dunia yang penuh dengan rangsang indera manusia menerima 3 miliar per detik, 2 milyar diantaranya diterima oleh mata.
- 2) Persepsi merupakan sifat paling asli, yaitu sebagai titik tolak perbuatan kesadaran.
- 3) Persepsi tidak selalu dipersepsikan secara keseluruhan, tetapi mungkin hanya sebagian atau yang lain cukup dibayangkan.
- 4) Persepsi tidak berdiri sendiri, yaitu dipengaruhi atau bergantung pada konteks dan pengalaman yang pernah terjadi.
- 5) Persepsi terhadap benda yang diamati bersifat permanen dan stabil, tidak dipengaruhi oleh penerangan, posisi dan jarak.
- 6) Persepsi bersifat prospektif, artinya mengandung harapan.

Berdasarkan proses terjadinya dan sifat persepsi, objek wisata harus meningkatkan kualitas wisata menjadi lebih menarik bagi wisatawan agar memberikan persepsi yang positif dan baik. Kunci dalam pengembangan wisata adalah persepsi positif terhadap tempat wisata dan suatu destinasi wisata dapat bertahan karena persepsi positif yang menempel pada objek wisata tersebut. Menurut Setiawan (2015) terdapat empat komponen di dalam pariwisata, yaitu:

a. *Attraction* (atraksi)

Atraksi atau *attraction* adalah daya tarik yang ada dalam suatu wisata yang dapat berupa objek wisata alam, budaya, dan buatan atau daya tarik minat khusus.

b. *Amenity* (amenitas)

Amenitas atau fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya selama berwisata.

c. *Accessibility* (aksesibilitas)

Aksesibilitas atau *accessibility* merupakan hal sangat penting dalam kegiatan pariwisata yang meliputi kemudahan terhadap suatu objek seperti akses menuju lokasi dan akses internet.

d. *Ancillary* (pelayanan tambahan)

Ancillary atau pelayanan tambahan adalah pelayanan yang menunjang kegiatan pariwisata seperti *stakeholder* yang berperan dalam menunjang kegiatan pariwisata dengan menyediakan pusat informasi untuk wisatawan, pos keamanan, dan sebagainya

8. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Zulpikar *et al.* (2017) mengenai “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbagai Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa potensi nilai ekonomi dari wisata Pantai Batu Karas mencapai Rp 86,571,960,874.00 per tahun dengan tingkat pemanfaatan saat ini yaitu sebesar Rp 54,648,575,495.00 per tahun. Biaya perjalanan, jarak dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisata ke Pantai Batu Karas, sedangkan usia pengunjung, pendapatan, tingkat pendidikan dan jumlah anggota kelompok tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan.

Huda *et al.* (2022) melakukan penelitian tentang “Valuasi Ekonomi pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*).”. Hasil dari penelitian ini yaitu biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan Curug Gangsa rata-rata sebesar Rp108.363,57 per individu per kunjungan. Biaya perjalanan terbesar terdapat pada konsumsi yaitu Rp58.450,29 atau 53,94 persen dari total biaya.. Faktor yang berpengaruh terhadap frekuensi

kunjungan wisata Curug Gangsa adalah biaya perjalanan (travel cost), usia, sarana prasarana, dan hari kunjungan, sedangkan pendapatan dan pendidikan tidak mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata Curug Gangsa. Nilai ekonomi wisata Curug Gangsa dengan metode biaya perjalanan sebesar Rp2.338.863.463 per tahun.

Arifa *et al.* (2019) melakukan penelitian tentang “Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang kabupaten Pesisir Barat”. Hasil dari penelitian ini yaitu biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp341.563,00 per individu per kunjungan. Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi untuk biaya transportasi yaitu Rp149.150,28 per kunjungan sebesar 42 persen dari total biaya perjalanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan kawasan wisata Pulau Pisang adalah jarak, umur, dan biaya perjalanan (*travel cost*). Total perhitungan nilai ekonomi dengan menggunakan metode *Travel Cost Method* pada kawasan wisata Pulau Pisang sebesar Rp80.503.202.900.000,00 per tahun.

Hardiyanti dan Subari (2020) melakukan penelitian tentang “Valuasi Ekonomi Objek wisata Alam pantai pasir Putih Dalegan Gresik”. Hasil dari penelitian ini yaitu nilai manfaat langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik sebesar Rp301.800.000,- per tahun. Nilai manfaat langsung didapatkan dengan pendekatan harga pasar dari keberadaan sumberdaya alam yaitu pasir dan pohon Waru. Nilai manfaat tidak langsung didapatkan dengan metode *Travel Cost Method* untuk mengetahui surplus konsumen per tahun per individu tahun 2019. Sehingga didapatkan nilai manfaat tidak langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik Rp.63.589.093.000,- per tahun. Total nilai ekonomi dari pantai Wisata Pantai Pasir Putih sebesar Rp. 63.890.893.000,- per tahun.

Al-Khoiriah *et al.* (2017) melakukan penelitian tentang “Valuasi Ekonomi Dengan Metode *Travel Cost* Pada Taman Wisata Pulau Pahawang kabupaten Pesawaran”. Hasil dari penelitian ini yaitu rata-rata biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung adalah sebesar Rp459.726,00.

Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi yaitu biaya paket wisata, dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan sebesar Rp344.092,00. Sedangkan alokasi biaya perjalanan terendah yaitu biaya lain-lain dengan rata-rata sebesar Rp13.503,00. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan responden taman wisata Pulau Pahawang adalah jarak dan biaya perjalanan (*travel cost*). Nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang jika dikuantitatifkan dari nilai total kekayaan yang terkandung di dalamnya secara keseluruhannya adalah Rp6,944 triliun.

Marcelina *et al.* (2018) melakukan penelitian tentang “Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas”. Hasil dari penelitian ini yaitu persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata di PLG TNWK berdasarkan variabel kondisi fisik, kebersihan dan kenyamanan dalam penggunaan berada dalam kategori cukup. Fasilitas tersebut cukup lengkap dilihat dari jumlahnya dan dapat digunakan untuk mendukung kegiatan wisata. Kebersihan di kawasan wisata tersebut cukup terjaga karena pihak pengelola sudah memberikan tanggung jawab penuh terhadap kelompok MMP dalam menjaga kebersihan lingkungan. Pengelolaan terhadap fasilitas sudah cukup maksimal karena wisatawan cukup nyaman dalam menggunakannya. Namun, beberapa fasilitas seperti arena atraksi gajah, arena bermain, tempat sampah dan toilet kondisinya kurang dan rusak karena fasilitas tersebut sering digunakan oleh wisatawan. Selain itu, pihak pengelola perlu memperbaiki dan menambah jumlahnya guna mendukung pengembangan wisata dan menjamin kepuasan wisatawan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke kawasan wisata tersebut.

Apriani (2020) melakukan penelitian tentang “Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan Kabupaten Karangasem”. Hasil dari penelitian ini yaitu persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata Tenganan Pegringsingan yang ditinjau dari dimensi attraction memiliki skor total 5.693 masuk dalam range skor 5.469 – 6.500 dengan kriteria sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa objek

wisata Tenganan Pengringsingan memiliki keunikan dan keindahan alam yang sangat unik dan indah, memiliki tradisi dan budaya yang sangat menarik. Persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata tenganan pegringsingan ditinjau dari dimensi *amenity* memiliki skor 4.268 masuk range skor 4.200 – 5.000 masuk kriteria sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada objek wisata Tenganan Pegringsingan terdapat warung makan dan minum, terdapat toko cinderamata (*art shop*) yang unik. Persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata Tenganan Pegringsingan yang ditinjau dari dimensi *accessibility* memiliki skor 2.115 masuk dalam range skor 2.100 – 2.500 dengan kriteria sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa objek wisata Tenganan Pegringsingan memiliki kemudahan dalam mencapai objek wisata, kualitas jalan yang baik dan tidak ada hambatan lalu lintas.

Suarnayasa & Haris (2019) melakukan penelitian tentang “Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Objek Wisata Air Terjun di Dusun Jembong”. Hasil dari penelitian ini yaitu Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi atraksi dikategorikan sangat setuju, bahwa pemandangan Air Terjun Jembong sangat indah dan memiliki keunikan tersendiri. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi aksesibilitas dikategorikan sangat setuju, bahwa jarak objek wisata air terjun tidak begitu jauh dari pusat Kota Singaraja, jalan menuju objek wisata tersedia dan mudah di jangkau, serta kualitas jalan menuju objek wisata dalam kondisi baik dan terdapat papan petunjuk jalan yang jelas yang di letakkan di tempat strategis. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi *amenity* dikategorikan sangat setuju, bahwa terdapat fasilitas seperti toilet, rest area (tempat istirahat), lahan parkir, tempat sampah dan juga terdapat warung makan. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi *ancillary services* dikategorikan setuju, bahwa harga tiket masuk ke air terjun terjangkau oleh wisatawan, petugas objek wisata ramah dan sopan dalam melayani

wisatawan yang berkunjung, serta selalu memberikan informasi yang mudah dimengerti wisatawan.

Putri *et al.* (2019) melakukan penelitian tentang “Valuasi Ekonomi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Wisata Pantai Karang Jahe Kabupaten Rembang”. Hasil dari penelitian ini yaitu Total biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan selama berwisata di PKJ pada tahun 2017 sebesar Rp.136.651.504.395,00; tahun 2016 Rp.93.880.800.000,00; tahun 2015 Rp. 88.050.900.000,00; dan tahun 2014 Rp. 1.535.734.440,00. Nilai total ekonomi pariwisata dipengaruhi oleh jumlah wisatawan dan laju inflasi. Persepsi wisatawan terhadap Obyek Wisata PKJ masuk kedalam 2 kategori yaitu kategori kurang baik dan kategori tidak baik. Persepsi wisatawan mengenai potensi wisata kuliner, wahana wisata, pelayanan pengelola pantai PKJ yaitu tidak baik. Wisata pantai, fasilitas umum, potensi kenyamanan mendapatkan nilai kurang baik, sehingga wisatawan cukup berkeinginan untuk datang kembali.

Maulana (2020) melakukan penelitian tentang “Nilai Ekonomi dan Persepsi Pengunjung Objek Wisata Mangrove Bee Jay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo Jawa Timur”. Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan karakteristik pengunjung objek wisata mangrove di BeeJay Bakau Resort Probolinggo yakni persepsi pengunjung terhadap sapta pesona di objek wisata mangrove BeeJay Bakau Resort Probolinggo yang mendominasi adalah aspek ramah sebesar 34,25 persen. Hal ini signifikan karena seluruh *stakeholder* yang terkait serta pengelola bersikap ramah sehingga pengunjung tidak segan dan canggung pada saat berada di objek wisata. Selain itu keramah-tamahan juga pada masyarakat sekitar yang selalu senyum dan sapa setiap ada pengunjung yang datang, terkadang juga turut memberikan informasi mengenai objek wisata. Nilai ekonomi di BeeJay Bakau Resort Probolinggo didapatkan hasil surplus konsumen perindividu/kunjungan yaitu sebesar Rp 5.910.071. Hal tersebut menunjukkan bahwa surplus (kelebihan) yang dinikmati pengunjung karena kemampuan untuk ketersediaan membayarnya melebihi permintaan

aktualnya. Sehingga didapatkan nilai surplus konsumen per tahun sebesar Rp 108.000 sehingga didapatkan total nilai ekonomi sebesar Rp 638.287.712.178/tahun, sedangkan besar total nilai penerimaan sebesar Rp 4.200.000.000

Kajian penelitian terdahulu ini dilakukan untuk dijadikan sebagai acuan, menambah wawasan, dan teori mengenai penelitian yang akan dilakukan. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Persamaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilaksanakan adalah menggunakan metode penelitian survei dan juga menggunakan metode analisis biaya perjalanan individu untuk nilai ekonomi dan metode analisis deskriptif untuk persepsi wisatawan. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah lokasi penelitian, jenis objek wisata yang akan diteliti, dan kombinasi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Secara keseluruhan kajian penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbagai Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran. Zulpikar, F., Prasetyo, D. E., Shelvatis, T. V., Komara, K. K., & Pramudawardhani, M. 2017.	<ol style="list-style-type: none"> Mengestimasi potensi nilai ekonomi dari objek wisata Pantai Batu Karas menggunakan pendekatan Individual Travel Cost Method. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Karas. 	<ol style="list-style-type: none"> Metode ITCM (Individual Travel cost Method). Metode analisis regresi linear berganda. 	Potensi nilai ekonomi wisata Pantai Batu Karas 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. Biaya perjalanan, jarak dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisata ke Pantai Batu Karas, sedangkan usia pengunjung, pendapatan, tingkat pendidikan dan jumlah anggota kelompok tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan.
2.	Valuasi Ekonomi pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan Dengan Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>). Huda, A., Abidin, Z., Rosanti, N. 2022	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis biaya perjalanan yang harus dikeluarkan wisatawan Curug Gangsa Mengkaji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan terhadap wisata Curug Gangsa Menganalisis nilai ekonomi wisata Curug Gangsa berdasarkan metode biaya perjalanan individu (<i>individual travel cost method</i>). 	<ol style="list-style-type: none"> Metode biaya perjalanan (Travel Cost method). Metode Analisis regresi linear berganda. 	Biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan Curug Gangsa rata-rata sebesar Rp108.363,57 per individu per kunjungan. Biaya perjalanan terbesar terdapat pada konsumsi yaitu Rp58.450,29 atau 53,94 persen dari total biaya. Faktor yang berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan wisata Curug Gangsa adalah biaya perjalanan (travel cost), usia, sarana prasarana, dan hari kunjungan, sedangkan pendapatan dan pendidikan tidak mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata Curug Gangsa. Nilai ekonomi wisata Curug Gangsa dengan metode biaya perjalanan sebesar Rp2.338.863.463 per tahun..

Tabel 2. Lanjutan

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3.	Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang kabupaten Pesisir Barat. Arifa, E., Abidin, Z., & Marlina, L. 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui manfaat ekonomi dari Pulau pisang melalui penilaian valuasi ekonomi. 2. Menganalisis biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung Kawasan wisata Pulau Pisang 3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan Kawasan wisata pulau pisang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode biaya perjalanan (Travel Cost). 2. Metode analisis regresi linear berganda 	Biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp341.563,00 per individu per kunjungan. Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi untuk biaya transportasi yaitu Rp149.150,28 per kunjungan sebesar 42% dari total biaya perjalanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan kawasan wisata Pulau Pisang adalah jarak, umur, dan biaya perjalanan (travel cost). Total perhitungan nilai ekonomi dengan menggunakan metode Travel Cost Method pada kawasan wisata Pulau Pisang sebesar Rp80.503.202.900.000,00 per tahun.
4.	Valuasi Ekonomi Objek wisata Alam pantai pasir Putih Dalegan Gresik. Hardiyanti, N & Subari, S. 2020.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui nilai manfaat langsung Pantai pasir Putih Dalegan. 2. Mengetahui nilai manfaat tidak langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan. 	Metode ITCM (Individual Travel cost Method) yang meliputi manfaat ekonomi langsung dan tidak langsung serta nilai ekonomi total.	Nilai manfaat langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik sebesar Rp301.800.000,- per tahun. Nilai manfaat langsung didapatkan dengan pendekatan harga pasar dari keberadaan sumberdaya alam yaitu pasir dan pohon Waru. Nilai manfaat tidak langsung didapatkan dengan metode Travel Cost Method untuk mengetahui surplus konsumen per tahun per individu tahun 2019. Sehingga didapatkan nilai manfaat tidak langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik

Tabel 2. Lanjutan

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				Rp.63.589.093.000,- per tahun. Total nilai ekonomi dari pantai Wisata Pantai Pasir Putih sebesar Rp. 63.890.893.000,- per tahun.
5.	Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Pulau Pahawang kabupaten Pesawaran. Al-Khoiriah, R., Prasmatiwi, F. E., & Affandi, M. I. 2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik dan status taman wisata Pulau Pahawang. 2. Mengetahui kesediaan membayar tiket masuk oleh pengunjung taman wisata Pulau Pahawang. 3. Menganalisis biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung taman wisata Pulau Pahawang. 4. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata Pulau Pahawang. 5. Menganalisis nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang berdasarkan analisis biaya perjalanan (Travel Cost) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode biaya perjalanan (Travel Cost method) 2. Metode Analisis regresi linear berganda 	Rata-rata biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung adalah sebesar Rp459.726,00. Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi yaitu biaya paket wisata, dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan sebesar Rp344.092,00. Sedangkan alokasi biaya perjalanan terendah yaitu biaya lain-lain dengan rata-rata sebesar Rp13.503,00. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan responden taman wisata Pulau Pahawang adalah jarak dan biaya perjalanan (travel cost). Nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang jika dikuantitatifkan dari nilai total kekayaan yang terkandung di dalamnya secara keseluruhannya adalah Rp6,944 triliun.

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
6.	Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas. Marcelina, S. D., Febryano, I. G., Setiawan, A., & Yuwono, S. B. 2018.	Mengetahui persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata	Metode analisis deskriptif.	Persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata di PLG TNWK berdasarkan variabel kondisi fisik, kebersihan dan kenyamanan dalam penggunaan berada dalam kategori cukup. Fasilitas tersebut cukup lengkap dilihat dari jumlahnya dan dapat digunakan untuk mendukung kegiatan wisata. Kebersihan di kawasan wisata tersebut cukup terjaga karena pihak pengelola sudah memberikan tanggung jawab penuh terhadap kelompok MMP dalam menjaga kebersihan lingkungan. Pengelolaan terhadap fasilitas sudah cukup maksimal karena wisatawan cukup nyaman dalam menggunakannya. Namun, beberapa fasilitas seperti arena atraksi gajah, arena bermain, tempat sampah dan toilet kondisinya kurang terawat dan rusak karena fasilitas tersebut sering digunakan oleh wisatawan. Selain itu, pihak pengelola perlu memperbaiki dan menambah jumlahnya guna mendukung pengembangan wisata dan menjamin kepuasan wisatawan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke kawasan wisata tersebut.

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7.	Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan Kabupaten Karangasem. Apriani, N. L., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. 2020.	Mengetahui persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata tenganan pegringsingan terkait dimensi <i>attractions</i> , <i>amenities</i> , dan <i>accessability</i> .	Metode analisis deskriptif.	Persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata Tenganan Pegringsingan yang ditinjau dari dimensi <i>attractions</i> memiliki skor total 5.693 masuk dalam range skor 5.469 – 6.500 dengan kriteria sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa objek wisata Tenganan Pegringsingan memiliki keunikan dan keindahan alam yang sangat unik. Persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata tenganan pegringsingan ditinjau dari dimensi <i>amenities</i> memiliki skor 4.268 masuk range skor 4.200 – 5.000 masuk kriteria sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada objek wisata Tenganan Pegringsingan terdapat warung makan dan minum serta toko cendramata yang uni. Persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata Tenganan Pegringsingan yang ditinjau dari dimensi <i>accessibility</i> memiliki skor 2.115 masuk dalam range skor 2.100 – 2.500 dengan kriteria sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa objek wisata Tenganan Pegringsingan memiliki kemudahan dalam mencapai objek wisata, kualitas jalan yang baik dan tidak ada hambatan lalu lintas.

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
8.	Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Objek Wisata Air Terjun di Dusun Jembong. Suarnayasa, K., Haris, I. A. 2017..	Mengetahui persepsi wisatawan terhadap wisata air terjun di Dusun Jembong, Desa Ambengan, Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng ditinjau dari dimensi atraksi, aksesibilitas, amenity, dan <i>ancillary service</i> .	Metode analisis deskriptif..	Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi atraksi dikategorikan sangat setuju, bahwa pemandangan Air Terjun Jembong sangat indah dan memiliki keunikan tersendiri. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi aksesibilitas dikategorikan sangat setuju, bahwa jarak objek wisata air terjun tidak begitu jauh dari pusat Kota Singaraja, jalan menuju objek wisata tersedia dan mudah di jangkau, serta kualitas jalan menuju objek wisata dalam kondisi baik dan terdapat papan petunjuk jalan yang jelas yang di letakkan di tempat strategis. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi Amenity dikategorikan sangat setuju, bahwa terdapat fasilitas seperti toilet, rest area (tempat istirahat), lahan parkir, tempat sampah dan juga terdapat warung makan. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong ditinjau dari dimensi ancillary services

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				dikategorikan setuju, bahwa harga tiket masuk ke air terjun terjangkau oleh wisatawan, petugas objek wisata ramah dan sopan dalam melayani wisatawan yang berkunjung, serta selalu memberikan informasi yang mudah dimengerti wisatawan.
9.	Valuasi Ekonomi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Wisata Pantai Karang Jahe Kabupaten Rembang. Putri, B.S., Ain, C dan Rudiyantri, S. 2019.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui nilai ekonomi dari Pantai Karang Jahe 2. Mengidentifikasi persepsi wisatawan mengenai potensi wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode biaya perjalanan 2. Metode deskriptif 	<p>Total biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan selama berwisata di PKJ pada tahun 2017 sebesar Rp.136.651.504.395,00; tahun 2016 Rp.93.880.800.000,00; tahun 2015 Rp. 88.050.900.000,00; dan tahun 2014 Rp. 1.535.734.440,00. Nilai total ekonomi pariwisata dipengaruhi oleh jumlah wisatawan dan laju inflasi. Persepsi wisatawan terhadap Obyek Wisata PKJ masuk kedalam 2 kategori yaitu kategori kurang baik dan kategori tidak baik. Persepsi wisatawan mengenai potensi wisata kuliner, wahana wisata, pelayanan pengelola pantai PKJ yaitu tidak baik. Wisata pantai, fasilitas umum, potensi kenyamanan mendapatkan nilai kurang baik, sehingga wisatawan cukup berkeinginan untuk datang kembali.</p>

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
10.	Nilai Ekonomi dan Persepsi Pengunjung Objek Wisata Mangrove Bee Jay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo Jawa Timur. Maulana, M. F. 2021.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis karakteristik objek wisata dan pengunjung wisata mangrove di BeeJay Bakau Resort Probolinggo. 2. Menganalisis persepsi pengunjung terhadap pesona objek wisata mangrove di BeeJay Bakau Resort Probolinggo. 3. Mengestimasi nilai ekonomi objek wisata mangrove di BeeJay Bakau Resort Probolinggo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode deskriptif. 2. Metode biaya perjalanan 	Persepsi pengunjung terhadap sapta pesona di objek wisata mangrove BeeJay Bakau Resort Probolinggo yang mendominasi adalah aspek ramah sebesar 34,25%. Hal ini signifikan karena seluruh stakeholder yang terkait serta pengelola bersikap ramah sehingga pengunjung tidak segan dan canggung pada saat berada di objek wisata. Selain itu keramah-tamahan juga nampak pada masyarakat sekitar yang selalu senyum dan sapa setiap ada pengunjung yang datang, terkadang juga turut memberikan informasi mengenai objek wisata. Nilai ekonomi yang didapatkan hasil surplus konsumen perindividu/kunjungan yaitu sebesar Rp 5.910.071. Hal tersebut menunjukkan bahwa surplus (kelebihan) yang dinikmati pengunjung karena kemampuan untuk ketersediaan membayarnya melebihi permintaan aktualnya. Sehingga didapatkan nilai surplus konsumen per tahun sebesar Rp 108.000 sehingga didapatkan total nilai ekonomi sebesar Rp 638.milyar/tahun, sedangkan besar total nilai penerimaan sebesar Rp 4.200.000.000.

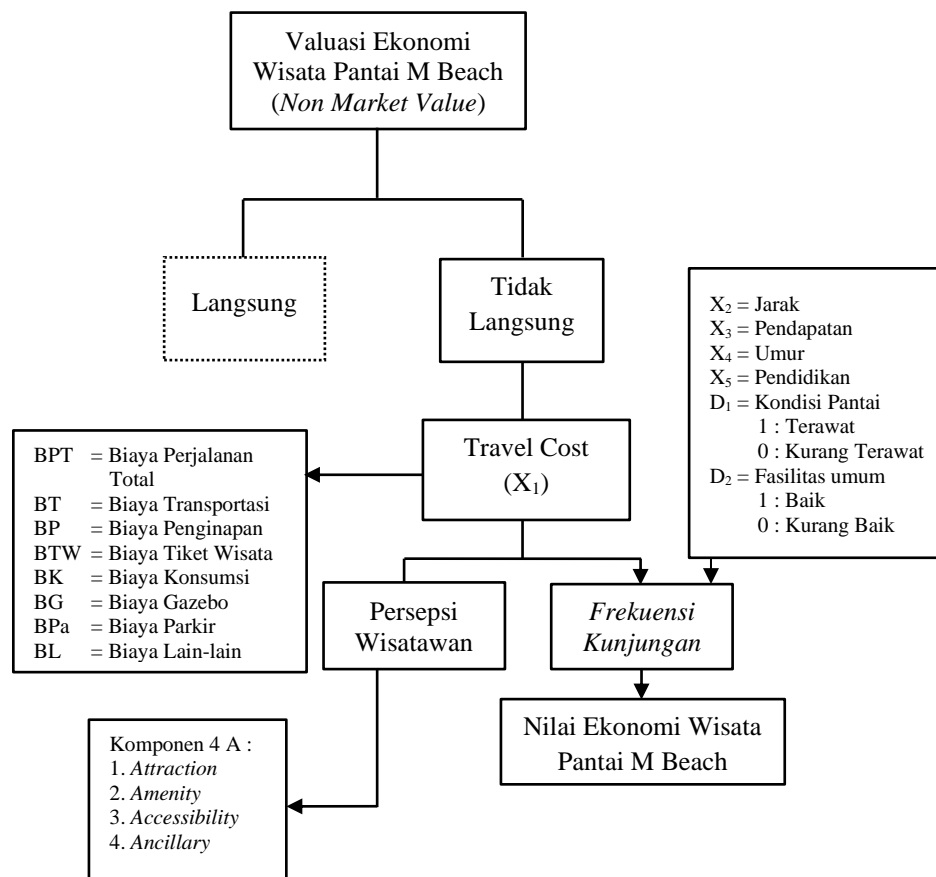
B. Kerangka Pemikiran

Pantai M Beach merupakan salah satu tempat wisata bahari di Provinsi Lampung yang terkenal akan keindahan pantainya. Pantai M Beach memiliki ciri khas pasir putih yang berbentuk bulan sabit dengan pemandangan anak gunung. Dengan kejernihan air lautnya dapat memudahkan bagi wisatawan melihat keindahan terumbu karang dan ikan-ikan kecil yang berada di kawasan Pantai M Beach. Kegiatan pariwisata ini menciptakan aktivitas ekonomi yang bermanfaat bagi masyarakat yang tinggal di sekitar pantai tersebut. Tiket masuk di wisata ini dapat dikatakan cukup murah. Namun, tempat wisata ini memiliki beberapa kendala seperti belum adanya pengelolaan yang baik akan nilai ekonomi pada tempat wisata ini.

Sebagai salah satu tujuan wisata yang ada di Provinsi Lampung, wisata Pantai M Beach memiliki manfaat *intangibile* dan memiliki sifat barang yaitu *non-rivalry*, *non-excludability*, dan *congestible*. Karakteristik dasar barang ditentukan oleh tidak adanya mekanisme pasar dan harga. Ketidakmampuan pasar dalam menilai wisata alam secara kuantitatif menyebabkan barang lingkungan sering tidak dihargai atau sering dinilai dengan nilai yang lebih rendah dari seharusnya (*under value*). Hal ini membuat alokasi pemanfaatan sumber daya alam berupa wisata alam menjadi kurang optimal, sehingga nilai ekonomi barang yang sering dinyatakan sebagai barang bebas (*free goods*) ini memerlukan suatu pendekatan dengan metode tertentu yaitu salah satunya metode biaya perjalanan (*travel cost method*).

Perhitungan nilai ekonomi pantai M Beach menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) yaitu dengan menghitung besarnya biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk menuju pantai M Beach. Biaya perjalanan tersebut meliputi biaya transportasi, biaya penginapan, biaya tiket wisata, biaya konsumsi, biaya gazebo, biaya parkir dan biaya lain-lain. Frekuensi kunjungan wisatawan pantai M Beach dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak tempat tinggal, pendapatan, umur, pendidikan, kondisi pantai dan fasilitas umum yang tersedia. Permintaan akan wisata dapat dihitung dari frekuensi kunjungan

wisatawan. Analisis dengan uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata. Selain menghitung nilai ekonomi dan faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan, perlu diteliti juga persepsi wisatawan terhadap Pantai M Beach. Persepsi wisatawan penting dilakukan untuk mengetahui pendapat wisatawan mengenai wisata Pantai M Beach yang terdiri dari komponen 4 A yaitu *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *ancillary*. Kerangka pemikiran pada penelitian ini disajikan dalam Gambar 6.



Gambar 6. Paradigma penelitian valuasi ekonomi dan persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach di Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

Diduga biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, fasilitas pantai dan fasilitas umum berpengaruh nyata dan signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan ke wisata Pantai M Beach.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menganalisis nilai ekonomi dari kawasan wisata pantai M Beach adalah metode survei. Metode survei adalah metode yang digunakan dalam mengambil sampel dengan cara pengamatan langsung terhadap gejala dalam suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode survei ini dipilih karena metode ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah sampel yang dianggap mewakili populasi tertentu, dimana sesuai dengan salah satu tujuan survei yaitu menganalisis untuk menggambarkan dan menjelaskan bagaimana suatu keadaan yang ada (Morrisan, 2012).

B. Konsep Dasar, Definisi Operasional, dan Pengukuran

Konsep dasar penelitian adalah pemahaman mengenai variabel-variabel yang akan diteliti untuk memperoleh dan menganalisis data yang berkaitan dengan penelitian. Definisi operasional dan pengukuran variabel dapat membantu menghindari kesalahan dalam terjemahan serta penyeragaman dalam pengukuran data pada penelitian. Konsep dasar, definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan atas nilai pasar (*market value*) maupun nilai non pasar (*non market value*).

Persepsi wisatawan adalah proses menafsirkan tentang kondisi lingkungan di sekitar lokasi wisata oleh wisatawan.

Frekuensi Kunjungan adalah jumlah kunjungan pengunjung yang diukur dengan satuan kali kunjungan per tahun.

Travel Cost Method (TCM) atau biaya perjalanan adalah metode untuk mengukur nilai ekonomi tidak langsung dari sumber daya alam yang digunakan untuk menganalisis permintaan rekreasi luar ruangan (alam terbuka).

Nilai Ekonomi adalah besarnya nilai atau harga yang dirasakan oleh pengunjung terhadap manfaat tidak langsung dari kawasan wisata pantai M Beach yang didapat dari hasil perkalian surplus konsumen per individu per tahun dengan jumlah kunjungan satu tahun terakhir..

Definisi operasional dari variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah seperti yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Definisi operasional dan pengukuran variabel yang berkaitan dengan frekuensi kunjungan wisatawan ke wisata Pantai M Beach.

No.	Variabel	Definisi	Satuan
1	Biaya Perjalanan	Sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung mulai dari tempat tinggal, selama perjalanan sampai di daerah obyek wisata itu sendiri hingga kembali lagi ke tempat tinggal mereka. Variabel ini meliputi biaya transportasi, biaya penginapan, biaya tiket wisata, biaya konsumsi, biaya gazebo, biaya parkir, dan biaya lain-lain.	Rupiah/Kunjungan (Rp/Knj)
2	Jarak	Jarak tempat tinggal pengunjung ke lokasi tujuan (wisata pantai M Beach).	Kilometer (Km)

Tabel 3. Lanjutan

No.	Variabel	Definisi	Satuan
3	Pendapatan	Jumlah seluruh gaji atau uang saku yang diterima oleh pengunjung.	Rupiah/Bulan (Rp/Bln)
4	Umur	Usia pengunjung saat melakukan wawancara (kriteria usia harus di atas 17 tahun).	Tahun (Thn)
5	Tingkat Pendidikan	Pendidikan formal terakhir yang ditempuh oleh pengunjung.	Waktu Pendidikan (Thn)
6	Kondisi Pantai	Pendapat pengunjung terhadap kondisi Pantai M Beach.	D ₁ = 1 (Terawat) D ₁ = 0 (Cukup Terawat)
7	Fasilitas Umum	Pendapat pengunjung terhadap fasilitas umum yang ada di Pantai M Beach.	D ₂ = 1 (Baik) D ₂ = 0 (Cukup Baik)

Tabel 4. Definisi operasional dan pengukuran variabel yang berkaitan dengan perhitungan valuasi ekonomi wisata Pantai M Beach.

No.	Variabel	Definisi	Satuan
1	Biaya Perjalanan Total	Total dari semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi wisata Pantai M Beach.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)
2	Biaya Transportasi	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi wisata Pantai M Beach.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)
3	Biaya Tiket	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk memasuki wisata Pantai M Beach.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)
4	Biaya Konsumsi	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengkonsumsi suatu barang selama berada di tempat wisata.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)
5	Biaya Penginapan	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk menginap di wisata Pantai M Beach.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)

Tabel 4. Lanjutan

No.	Variabel	Definisi	Satuan
6	Biaya Gazebo	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk menggunakan gazebo di wisata pantai M Beach.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)
7	Biaya Parkir	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk parkir di wisata pantai M Beach.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)
8	Biaya Lain-lain	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk membayar biaya-biaya yang tak terduga.	Rp/Kunjungan (Rp/Knj)

Tabel 5. Definisi operasional dan pengukuran variabel yang berkaitan dengan persepsi wisatawan.

No.	Komponen	Definisi	Indikator
1.	<i>Attraction</i>	Daya tarik pada wisata Pantai M Beach.	- Keindahan pantai - <i>Spot</i> foto unik - <i>Glamping</i> - Perahu Wisata
2.	<i>Amenity</i>	Sarana dan prasarana yang digunakan oleh wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya selama berwisata.	- Gazebo - <i>Playground</i> - <i>Food court</i> - Toilet - Mushola - Lahan parkir
3.	<i>Accessibility</i>	Kemudahan untuk menuju wisata Pantai M Beach.	- Kondisi jalan - Rambu-rambu petunjuk arah - Jarak tempat wisata
4.	<i>Ancillary</i>	Pelayanan tambahan untuk menunjang kegiatan pariwisata.	- Pos Keamanan - Pusat informasi wisata

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di wisata Pantai M Beach yang berada di Desa Merak Belantung Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Lokasi ini dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa wisata Pantai M Beach merupakan wisata bahari dengan jumlah kunjungan terbanyak di Kabupaten Lampung Selatan dalam lima tahun terakhir dan pesona serta keindahan alam yang luar biasa. Wisata ini terkenal akan pasir putih yang berbentuk bulan sabit dengan pemandangan gunung Rajabasa.

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke wisata Pantai M Beach. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara non-acak (*non-probability sampling*) yaitu penarikan sampel tanpa menggunakan teknik *random* atau undian. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *accidental sampling* (seseorang yang kebetulan dijumpai atau ditemui saat itu), dengan berdasarkan kriteria yang dikehendaki. Kriteria yang dimaksud adalah responden yang diwawancarai telah berusia di atas 17 tahun yang dinilai dapat berkomunikasi dengan baik dan sudah memiliki pendapatan sehingga mampu membuat keputusan untuk melakukan perjalanan wisata dan dapat memberikan kemudahan dalam mendapatkan data yang diperlukan. Selain itu, wisatawan yang memiliki pengalaman lebih dari satu kali kunjungan ke wisata Pantai M Beach ditetapkan sebagai kriteria dalam penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan responden dengan pengalaman lebih dari satu kali mampu memberikan pandangan yang lebih mendalam dan akurat sehingga mampu membandingkan pengalaman mereka dalam kunjungan yang berbeda. Diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke wisata pantai M Beach dalam satu tahun terakhir adalah sebanyak 25.419 orang. Menurut Sugiyono (2015) semakin besar jumlah sampel, maka semakin mendekati populasi, sehingga peluang kesalahan generalisasi semakin kecil. Sebaliknya, semakin kecil jumlah sampel, maka semakin menjauhi populasi, sehingga semakin besar tingkat kesalahan. Besarnya ukuran sampel sangat tergantung dari besar tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan yang

diinginkan oleh peneliti. Tingkat toleransi kesalahan dalam penelitian adalah 5 persen, 10 persen dan 15 persen. Jumlah responden yang dilibatkan dalam penelitian dihitung dengan rumus *slovin* sebagai berikut.

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (15 persen atau 0,15)

Sehingga diperoleh :

$$n = \frac{25.419}{(25.419 \times (0,15^2)) + 1}$$

$$n = \frac{25.419}{572,927}$$

$$n = 44,36 \approx 50$$

Berdasarkan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan 15 persen, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 44,36 sampel atau dibulatkan menjadi 50 sampel.

Jadi sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 50 orang wisatawan dari total populasi sebanyak 25.419 wisatawan dalam satu tahun terakhir. Hal ini karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak memungkinkan bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan sampel yang besar.

D. Jenis dan Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan). Wawancara ini adalah

tahap awal untuk mendapatkan informasi dan data berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan sebagai alat pengumpulan data. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari lembaga atau instansi pemerintah terkait, seperti pengelola tempat wisata, Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF), Badan Pusat Statistik (BPS), media massa dan berbagai literatur baik buku maupun jurnal yang relevan.

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kepustakaan, dokumentasi, wawancara menggunakan kuesioner, dan observasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling* yaitu responden merupakan seseorang yang kebetulan dijumpai atau ditemui saat itu (Arikunto, 2010).

E. Metode Analisis

1. Analisis biaya perjalanan (*travel cost method*)

Analisis biaya perjalanan bertujuan untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan di Pantai M Beach Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung dalam satu kali perjalanan antara lain biaya transportasi, biaya tiket wisata, biaya konsumsi selama rekreasi, biaya penginapan, biaya gazebo, biaya parkir, dan biaya lainnya. Secara keseluruhan dihitung dengan rumus Aqualdo dan Ekwarso (2010) :

$$BPT = BT + BTW + BK + BP + BKM + BPa + BL$$

Keterangan :

BPT	= Biaya Perjalanan Total
BT	= Biaya Transportasi
BTW	= Biaya Tiket Wisata
BK	= Biaya Konsumsi
BP	= Biaya Penginapan
BG	= Biaya Gazebo
BPa	= Biaya Parkir
BL	= Biaya Lain-lain

Sedangkan pada perhitungan biaya rata-rata perjalanan pengunjung untuk menuju wisata pantai M Beach menggunakan rumus Aqualdo dan Ekwarso (2010) sebagai berikut :

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

Keterangan :

ATC	= Biaya rata-rata perjalanan pengunjung
BPT	= Jumlah total biaya perjalanan pengunjung
n	= Jumlah sampel

2. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan

Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan Pantai M Beach dilakukan dengan regresi linear berganda. Menurut Yuliara (2016) Regresi linear berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n). Model regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan dan dummy (kondisi pantai dan fasilitas umum) terhadap frekuensi kunjungan wisatawan.

Variabel dummy pada penelitian ini menggunakan dua kategori. Pada kondisi pantai 1 untuk terawat dan 0 untuk kurang terawat sedangkan pada fasilitas umum 1 untuk baik dan 0 untuk kurang baik. Kategori tersebut ditentukan berdasarkan penilaian dan persepsi wisatawan terhadap kondisi pantai dan fasilitas umum yang tersedia. Untuk variabel kondisi pantai

penilaian terdiri dari kebersihan dan kejernihan air, sedangkan untuk variabel fasilitas umum penilaian berdasarkan persepsi wisatawan terhadap *gazebo, playground, foodcourt*, toilet, mushola, lahan parkir, spot foto unik dan pusat informasi. Hasil penilaian setiap objek kemudian dirata-rata dan apabila seorang responden memiliki hasil penilaian di atas rata-rata maka akan dikategorikan terawat atau baik (1), sedangkan apabila hasil penilaian di bawah rata-rata maka akan dikategorikan kurang terawat atau kurang baik (0).

Penentuan kategori dalam variabel dummy ditentukan berdasarkan nilai yang diberikan oleh wisatawan. Penilaian ditentukan berdasarkan skala 1 sampai 5, dimana 1 adalah sangat tidak terawat atau sangat tidak baik dan 5 adalah sangat terawat atau sangat baik. Hasil penilaian dikategorikan terawat atau baik jika memiliki nilai di atas rata-rata sedangkan jika dibawah rata-rata maka akan dikategorikan sebagai kurang terawat atau kurang baik. Berikut ini persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6D_1 + b_7D_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Frekuensi kunjungan wisatawan (kali/tahun)
- a = Konstanta/Intersep
- b_{1,2,3...} = Koefisien regresi
- X₁ = Biaya perjalanan (Rp/kunjungan)
- X₂ = Jarak (km)
- X₃ = Pendapatan (Rp/bulan)
- X₄ = Umur (tahun)
- X₅ = Pendidikan (tahun)
- D₁ = Kondisi Pantai
 - 1 : Terawat
 - 0 : Kurang Terawat
- D₂ = Fasilitas umum
 - 1 : Baik
 - 0 : Kurang Baik
- e = Error (gangguan)

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

$$\hat{Y} = \frac{Y - \bar{Y}}{\sigma}$$

Keterangan:

- \hat{Y} = Variabel Y setelah ditransformasi
 \bar{Y} = Y rata-rata
 σ = Standar deviasi

- **Uji Asumsi Klasik**

Sebelum dilakukan analisis, model yang telah dibuat harus lulus uji asumsi klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak dengan mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Data yang baik yaitu data yang memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Jika didapat nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada perbedaan yang signifikan dan data dapat dikatakan normal (Ghozali, 2018).

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah terjadinya hubungan linear antara variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Suatu model dikatakan terkena multikolinearitas apabila R^2 tinggi tetapi tidak ada atau hanya sedikit variabel bebas yang secara tunggal mempengaruhi variabel terikat berdasarkan uji t-statistik. Cara lain untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas adalah dengan Uji VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* yaitu dengan melihat nilai dari VIF dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Begitupun sebaliknya, apabila nilai VIF yang diperoleh lebih besar dari 10 dan nilai *Tolerance* kecil dari 0,1 maka terdapat gejala multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan proses terjadinya variasi residual yang tidak sama untuk semua data. Heteroskedastisitas dapat terjadi bila distribusi suatu probabilitas tetap sama dalam semua observasi X , varian setiap residual adalah sama untuk semua nilai variabel penjelas. Guna mengetahui heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji *white*. Uji *white* dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel terikat dengan variabel bebas, kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel bebas. Jika nilai *Chi-Square* tersebut $> 0,05$ maka model tidak terkena masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

• Uji Hipotesis

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 dapat dihitung langsung dari data bersamaan dengan koefisien regresi. Kegunaan dari koefisien determinasi R^2 adalah untuk mengukur tingkat ketepatan yang paling baik dari analisis regresi. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas (biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, kondisi pantai dan fasilitas umum) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (frekuensi kunjungan) sangat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2018).

2) Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama

(simultan) terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah :

- a) H_0 : Variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, kondisi pantai dan fasilitas umum secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke kawasan wisata pantai M Beach.
- b) H_1 : Variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, kondisi pantai dan fasilitas umum secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke kawasan wisata pantai M Beach.

Dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu :

- a) Jika probabilitas signifikansi $> 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b) Jika probabilitas signifikansi $< 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Ghozali, 2018).

3) Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Pengaruh parsial setiap variabel bebas dapat dilihat dari signifikan atau tidaknya koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas yang bersesuaian. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t parsial ada dua yaitu dengan melihat nilai signifikansi (sig) dan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah :

- a) H_0 : Variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, kondisi pantai dan fasilitas umum secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke kawasan wisata pantai M Beach.
- b) H_1 : Variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, kondisi pantai dan fasilitas umum secara parsial berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke kawasan wisata pantai M Beach.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi (sig) yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi (sig) < probabilitas 0,1 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau H₁ diterima dan H₀ ditolak.
- b) Jika nilai signifikansi (sig) > probabilitas 0,1 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau H₁ ditolak dan H₀ diterima.

3. Analisis nilai ekonom

Metode yang digunakan dalam analisis nilai ekonomi yaitu deskriptif kuantitatif. *Travel cost method* atau biaya perjalanan merupakan alat analisis yang digunakan dalam menghitung nilai ekonomi pada penelitian ini. Pada biaya perjalanan (TCM) dilakukan perhitungan nilai surplus konsumen per individu per tahun. Berikut ini merupakan formulasi untuk menghitung nilai surplus konsumen (Fauzi, 2010).

$$SK = \frac{x^2}{2\beta}$$

Keterangan :

- SK = Surplus Konsumen
 X = Jumlah Kunjungan Responden (kali/tahun)
 β = Koefisien biaya perjalanan pada persamaan.

$$SK' = \frac{SK / \sum X}{n}$$

Keterangan :

- SK' = Surplus konsumen/individu/kunjungan
 n = Jumlah responden

Perhitungan nilai ekonomi total mengacu pada teori (Marsinko *et al.*, 2001) berikut ini:

$$EV = SK' \times k$$

Keterangan :

EV = Nilai ekonomi pertahun

K = Estimasi kunjungan per tahun

4. Analisis persepsi wisatawan

Metode yang digunakan dalam analisis persepsi wisatawan yaitu analisis deskriptif. Penelitian dengan analisis deskriptif adalah jenis penelitian yang melihat fenomena yang terjadi di suatu tempat yang meliputi informasi baik lisan maupun tulisan serta perilaku dari sampel. Tujuan dari analisis ini yaitu untuk menemukan peristiwa atau fakta, keadaan, fenomena dan kondisi yang terjadi selama penelitian berlangsung (Berutu, 2017).

Variabel persepsi wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi komponen 4 A (*attraction, amenity, accessibility, ancillary*). Komponen persepsi yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator komponen menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Terdapat lima jawaban pada setiap pernyataan dengan skor 5 hingga 1 dan kategori sangat baik sampai sangat buruk. Berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan dalam analisis persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach menurut (Irianto, 2007).

a. Menghitung standar skor minimum dan skor maksimum

Skor minimum didapat dari jumlah masing-masing indikator dikalikan dengan nilai terendah pada skala pengukuran yang digunakan (nilai terendah adalah satu). Skor maksimum diperoleh dari jumlah masing-masing indikator dikalikan dengan nilai tertinggi pada skala pengukuran yang digunakan (nilai tertinggi adalah lima). Standar skor minimum dan skor maksimum pada masing-masing komponen persepsi dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Standar skor minimum dan skor maksimum.

Komponen	Indikator	Skor Minimum	Skor Maksimum
<i>Attraction</i>	1. Keindahan Pantai	1	5
	2. Spot Foto Unik	1	5
	3. <i>Glamping</i>	1	5
	4. Perahu Wisata	1	5
<i>Amenity</i>	1. Gazebo	1	5
	2. <i>Playground</i>	1	5
	3. <i>Food Court</i>	1	5
	4. Toilet	1	5
	5. Mushola	1	5
	6. Lahan Parkir	1	5
<i>Accessibility</i>	1. Kondisi Jalan	1	5
	2. Rambu-Rambu Petunjuk Arah	1	5
	3. Jarak Tempat Wisata	1	5
<i>Ancillary</i>	1. Pos Keamanan	1	5
	2. Pusat Informasi Wisata	1	5
Total		15	75

b. Menghitung selang kelas

Selang kelas merupakan jarak nilai antar kelas yang ditentukan. Rumus untuk menentukan selang kelas sebagai berikut:

$$\text{Selang Kelas} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Jumlah kategori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5 kategori yang terdiri dari sangat baik, baik, cukup baik, buruk dan sangat buruk. Berikut hasil perhitungan selang kelas untuk masing-masing komponen persepsi.

$$\text{Selang Kelas} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sedangkan untuk total indikator persepsi yaitu:

$$\text{Selang Kelas} = \frac{75 - 15}{5} = 12$$

c. Menghitung interval kelas

Interval kelas merupakan kisaran nilai yang digunakan untuk menentukan kategori kelas. Interval kelas untuk masing-masing komponen dan total indikator dari keempat komponen pada persepsi dapat dilihat pada Tabel 7 dan Tabel 8.

Tabel 7. Interval kelas untuk masing-masing komponen persepsi.

Interval Kelas	Interpretasi
1,0 – 1,8	Sangat Buruk
1,9 – 2,6	Buruk
2,7 – 3,4	Cukup Baik
3,5 – 4,2	Baik
4,3 – 5,0	Sangat Baik

Tabel 8. Interval kelas untuk total indikator pada komponen persepsi.

Interval Kelas	Interpretasi
15 – 26	Sangat Buruk
27 – 38	Buruk
39 – 50	Cukup Baik
51 – 62	Baik
63 – 75	Sangat Baik

- **Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2015) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas dilakukan pada sebanyak 30 orang wisatawan di wisata Pantai M Beach.

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x^2)) (n\sum y^2 - (\sum y^2))}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya sampel

ΣXY = Jumlah perkalian variabel x dan y

ΣX = Jumlah nilai variabel x

ΣY = Jumlah nilai variabel y

ΣX^2 = Jumlah pangkat dari nilai variabel x

ΣY^2 = Jumlah pangkat dari nilai variabel y

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel (0,361) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel (0,361) maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item correlation*.

Uji validitas mengenai persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil uji validitas.

Komponen	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Attraction	Keindahan Pantai	0,695	0,361	VALID
	Spot foto unik	0,687	0,361	VALID
	<i>Glamping</i>	0,767	0,361	VALID
	Perahu wisata	0,745	0,361	VALID
Amenity	Gazebo	0,632	0,361	VALID
	<i>Playground</i>	0,483	0,361	VALID
	Foodcourt	0,497	0,361	VALID
	Toilet	0,603	0,361	VALID
	Mushola	0,623	0,361	VALID
	Lahan parkir	0,710	0,361	VALID
Accessibility	Kondisi jalan	0,789	0,361	VALID
	Rambu-rambu petunjuk arah	0,857	0,361	VALID
	Jarak tempat wisata	0,748	0,361	VALID
Ancillary	Pos Keamanan	0,857	0,361	VALID
	Pusat informasi wisata	0,860	0,361	VALID

Dari hasil pengujian di atas, dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan di dalam kuesioner mengenai persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach memiliki status valid. Hal ini dikarenakan nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel sebesar 0,361.

- **Uji Realibilitas**

Menurut Sugiyono (2015) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur atau instrument dalam penggunaannya dengan kata lain akan memiliki hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Nilai reliabilitas dapat dikatakan baik jika nilai dari *Cronbach's alpha* > 0,6. Uji reliabilitas ini dilakukan pada sebanyak 30 orang wisatawan di wisata Pantai M Beach dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum Si}{St}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya pertanyaan

$\sum Si$ = jumlah varian pertanyaan

St = varian total

Dengan menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya sesuai dengan kriteria berikut:

1. Jika r -alpha positif > r -tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika r -alpha negatif < r -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

Uji reliabilitas mengenai persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil uji reliabilitas.

Komponen	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Attraction</i>	0,687
<i>Amenity</i>	0,625
<i>Accessibility</i>	0,708
<i>Ancillary</i>	0,642

Berdasarkan hasil uji di atas, dapat dilihat bahwa setiap komponen memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

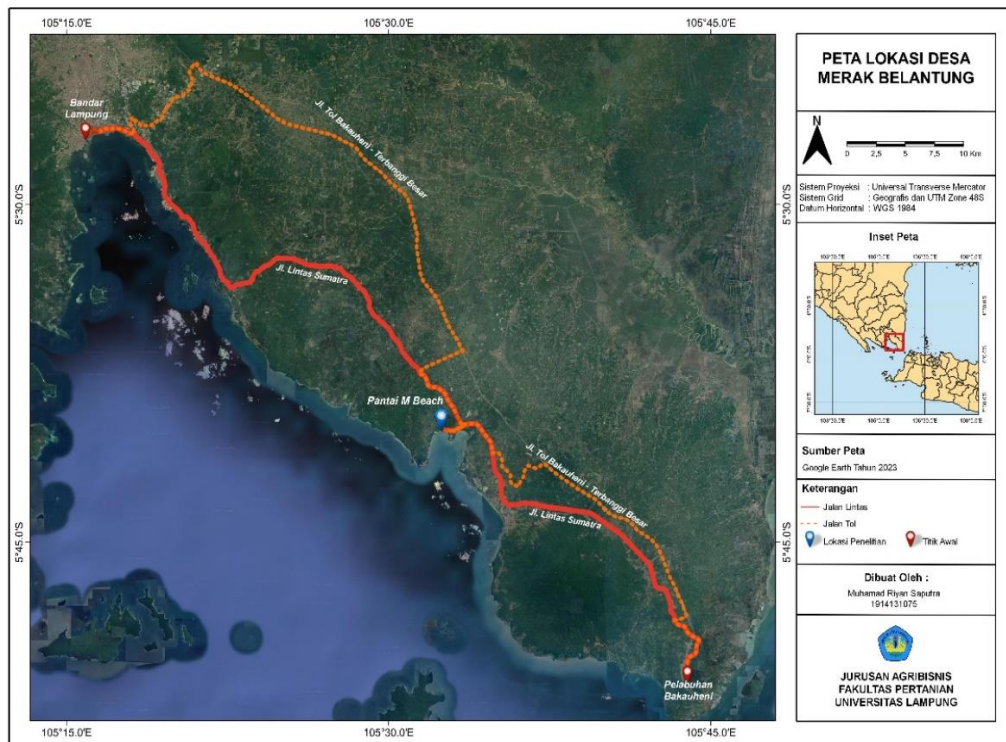
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Letak Geografis Desa Merak Belantung

Lokasi wisata Pantai M Beach terletak di Desa Merak Belantung, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Desa Merak Belantung memiliki ketinggian antara 0 – 200 meter di atas permukaan laut dengan luas wilayah 14,1 km² atau 1.410 ha yang terdiri dari 104,827 ha area pemukiman, 105,600 ha area pekarangan, 34 ha area persawahan, 600 ha area perkebunan, 3 ha area kuburan dan 2 ha area perkantoran (BPS Lampung Selatan, 2022). Jarak Desa Merak Belantung dari Ibu kota Kabupaten (Kalianda) sekitar 15 km, sedangkan dari Ibu kota Provinsi (Bandar Lampung) sekitar 55 km. secara geografis Desa Merak Belantung terletak pada koordinat 105° 32' 27.40" BT dan 5° 40' 3.66" LS. Desa merak belantung berada di dekat laut sehingga dikenal dengan desa wisata yang memiliki banyak destinasi wisata Bahari.

Desa Merak Belantung memiliki batas wilayah secara administratif sebagai berikut:

1. Sebelah Utara: berbatasan dengan Desa Agom
2. Sebelah Selatan: berbatasan dengan Laut Teluk Lampung
3. Sebelah Timur: berbatasan dengan Muara Desa Lubuk
4. Sebelah Barat: berbatasan dengan PTPN VII



Gambar 7. Peta lokasi Desa Merak Belantung

Gambar 7 menunjukkan lokasi wisata Pantai M Beach dengan rute untuk mengunjunginya. Aksesibilitas untuk menuju wisata Pantai M Beach terbuka dan memungkinkan wisatawan dapat menggunakan kendaraan pribadi atau transportasi umum. Terdapat dua akses jalan yang dapat dijadikan alternatif pilihan bagi wisatawan untuk menuju wisata Pantai M Beach yaitu melalui Jalan Lintas Sumatera dan jalur tol. Waktu tempuh bagi wisatawan yang memilih Jalan Lintas Sumatera yaitu 45-90 menit baik dari Bandar Lampung ataupun Pelabuhan Bakauheni. Bagi wisatawan yang berasal dari arah Bandar Lampung maupun Bakauheni yang menggunakan akses jalan tol, maka wisatawan bisa memilih pintu keluar dari gerbang tol sidomulyo untuk menuju wisata Pantai M Beach. Waktu tempuh bagi wisatawan yang memilih menggunakan jalur tol baik dari Bandar Lampung ataupun Pelabuhan Bakauheni yaitu sekitar 1 jam. Untuk memasuki wisata Pantai M Beach, wisatawan perlu menempuh jarak sekitar 2 km dari Krakatoa Nirwana Resort *Main Gate*. Peta kawasan wisata Pantai M Beach tersaji pada Gambar 7.

B. Sejarah Wisata Pantai M Beach

Wisata Pantai M Beach adalah salah satu produk dari PT Krakatau Lampung Tourism Development (KLTD) yang merupakan bagian dari anak perusahaan PT Bakrieland Development Tbk. PT KLTD merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata dan mengelola kawasan pantai yang ada di desa Merak Belantung. Kawasan yang mencakup luas 352 hektar dengan 7 Km panjang pantai ini diberi nama Kawasan Krakatoa Nirwana Resort. Pantai M Beach memiliki predikat sebagai pantai dengan jumlah kunjungan terbanyak di Kabupaten Lampung Selatan selama 5 tahun terakhir. Wisata ini terletak di Desa Merak Belantung, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Pada tahun 2018 Bappeda Lampung Selatan mengusulkan Desa Merak Belantung untuk dikembangkan menjadi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) pariwisata yang nantinya dapat mempercepat pertumbuhan sektor pariwisata yang ada di daerah Kabupaten Lampung Selatan.

Pada mulanya, Pantai M Beach bernama Pantai Merak Belantung yang pada saat itu masih dikelola secara tradisional oleh PT KLTD. Pada tahun 2011 PT KLTD mulai melakukan beberapa perubahan dalam pengelolaan area pantai dan mengganti nama Pantai Merak Belantung menjadi Pantai Embe. Pada akhir tahun 2018, kawasan Krakatoa Nirwana Resort terkena dampak tsunami akibat erupsi Gunung Anak Krakatau. Pantai Embe mengalami kerusakan paling besar akibat terjangan tsunami. Beberapa bangunan seperti pondokan dan pagar hancur dan terbawa ke tepi jalan. Akibat dari peristiwa tersebut, PT KLTD melakukan renovasi besar-besaran dan dengan melibatkan investor maka pada tahun 2019 Pantai Embe resmi berubah nama menjadi Pantai M Beach. *Soft opening* wisata Pantai M Beach dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2019 yang hingga saat ini terus mengalami perkembangan yang cukup pesat. Fasilitas yang ada di Pantai M Beach terus mengalami peningkatan seperti adanya spot foto, *playground*, *glamping*, dan paket perahu wisata. *Glamping* yang ada di pantai M Beach merupakan kegiatan *glamour camping* pinggir laut pertama yang ada di Provinsi Lampung.

C. Kependudukan Desa Merak Belantung

Berdasarkan Kecamatan Kalianda Dalam Angka 2022, kependudukan di Desa Merak Belantung memiliki kepadatan penduduk sebesar 340 jiwa/km². Jumlah penduduk Desa Merak Belantung yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 2.450 jiwa dan berjenis kelamin perempuan sebesar 2.339 jiwa dengan total penduduk sebesar 4.789 jiwa atau 4,97 persen dari total penduduk Kecamatan Kalianda. Terdapat 6 dusun dengan 16 RT di Desa Merak Belantung. Secara umum mata pencarian penduduk Desa Merak Belantung yaitu di sektor pertanian, jasa, perdagangan, industry dan sebagainya.

D. Status Lahan Wisata Pantai M Beach

Secara administrasi Wisata Pantai M Beach berada di kawasan Krakatoa Nirwana Resort yang dimiliki oleh PT Krakatau Lampung Tourism Development (PT KLTD) yang merupakan bagian dari anak perusahaan PT Bakrieland Development Tbk. PT KLTD membangun serta mengelola seluruh sumber daya dan potensi yang ada di kawasan Krakatoa Nirwana Resort yang mencakup luas 352 hektar dengan panjang pantai kurang lebih 7 km. Pembangunan dan pengelolaan di kawasan Krakatoa Nirwana Resort mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1990. PT KLTD mengelola tiga tempat wisata pantai antara lain wisata Pantai Bagoes, wisata Pantai M Beach dan Grand Elty. Wisata Pantai M Beach yang dikelola oleh PT KLTD memiliki luas 2 hektar.

E. Sarana dan Prasarana Wisata Pantai M Beach

Wisata Pantai M Beach memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi wisatawan. Berbagai jenis sarana dan prasarana disediakan untuk menunjang keberlangsungan kegiatan wisata. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh wisata Pantai M Beach antara lain spot foto unik, *glamping*, *playground*, gazebo, *foodcourt*, toilet, mushola, lahan parkir dan infrastruktur jalan.



Gambar 8. Keindahan Pantai M Beach

Ketika wisatawan mengunjungi Pantai M Beach, wisatawan dapat melihat bahwa tempat wisata ini memiliki hamparan pasir yang putih dan bersih. Infrastruktur jalan menuju wisata ini sudah cukup baik. Untuk memasuki kawasan wisata, wisatawan harus membeli tiket masuk yang dikenakan biaya sebesar Rp25.000 saat *weekdays* dan Rp35.000 saat *weekend*. Wisata ini memiliki lahan parkir yang cukup luas yang dijaga oleh 2 sampai 3 *security* agar pengawasan lebih maksimal. Selain itu, terdapat 9 gazebo yang dapat digunakan sebagai tempat persinggahan atau tempat istirahat bagi wisatawan yang ingin bersantai. Tarif yang ditetapkan untuk menyewa satu gazebo yaitu Rp35.000/2 jam atau Rp100.000/hari.



Gambar 9. Mushola Pantai M Beach.

Wisata Pantai M Beach menyediakan mushola bagi wisatawan yang ingin beribadah. Gambar 9 menunjukkan bahwa mushola ini memiliki ukuran yang tidak terlalu besar namun bersih dan terawat dengan baik sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Mushola ini juga memiliki fasilitas yang cukup lengkap di dalamnya seperti tempat wudhu dan perlengkapan shalat. Lokasi mushola berada di dekat area parkir dan toilet.



Gambar 10. Toilet Pantai M Beach

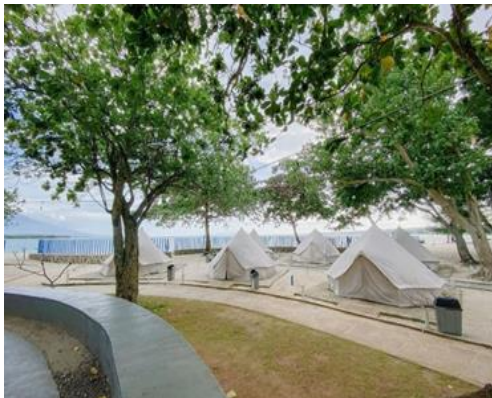
Gambar 10 dapat menggambarkan kondisi toilet yang ada di wisata Pantai M Beach. Terdapat petugas kebersihan yang bekerja secara teratur untuk menjaga kebersihan toilet agar tetap bersih. Toilet yang tersedia sudah dilengkapi dengan fasilitas yang memadai seperti air mengalir, tempat cuci tangan, dan

tempat sampah. Pada bagian dalam toilet, terdapat masing-masing 6 bilik untuk laki-laki dan perempuan sebagai tempat berbilas. Pengelola pantai M Beach memberikan fasilitas toilet kepada wisatawan secara gratis.



Gambar 11. Foodcourt Pantai M Beach.

Foodcourt adalah salah satu fasilitas yang sangat penting di suatu tempat wisata. Gambar 11 menunjukkan bahwa wisata Pantai M Beach memiliki *foodcourt* yang cukup lengkap dan bervariasi dengan berbagai jenis makanan dan minuman. *Foodcourt* ini juga dilengkapi dengan meja dan kursi yang nyaman serta tempat sampah sebagai bentuk menjaga kebersihan. Selain itu, di area *foodcourt* ini terdapat outlet *coffeeshop* lokal yang menyediakan berbagai variasi minuman kopi atau minuman lainnya dan berbagai macam makanan ringan.



Gambar 12. *Glamping*



Gambar 13. Spot Foto



Gambar 14. *Playground*

Wisata Pantai M Beach menyediakan beberapa spot foto yang unik dan *instagramable* untuk wisatawan yang ingin mengabadikan momen-momen berwisatanya seperti bangunan kincir angin, sangkar burung dan ayunan tepi pantai. Tidak hanya menyediakan kebutuhan untuk orang dewasa saja, wisata ini juga menyediakan *playground* yang dapat digunakan sebagai ruang aman untuk anak-anak bermain dan mengembangkan keterampilan, sosial dan emosionalnya. Untuk dapat menikmati fasilitas spot foto dan *playground* wisatawan dapat membayar sebesar Rp10.000. Selain itu, wisata ini juga menyediakan paket perahu wisata yang terdiri *snorkling*, keliling pantai, dan memancing. Tarif untuk melakukan kegiatan perahu wisata yaitu mulai dari Rp100.000 - Rp700.000. Wisata ini menyediakan paket *glamping* (*glamour camping*) untuk wisatawan yang ingin merasakan sensasi menginap di Pantai M Beach. Fasilitas yang diberikan untuk *glamping* di Pantai M Beach terbilang sangat lengkap. Satu tenda dapat menampung 2 hingga 4 orang dengan masing-masing orang mendapat kasur, sprei, dan bantal. Harga untuk paket *glamping* di mulai dari Rp250.000/malam. Wisata Pantai M Beach merupakan penyedia *glamping* pinggir laut pertama di Provinsi Lampung. Selain perlengkapan tidur, pengelola menyediakan fasilitas lainnya seperti *barbeque set*, area berkumpul, dan api unggun.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan di wisata Pantai M Beach rata-rata sebesar Rp146.265,24 per individu per kunjungan. Alokasi biaya perjalanan tertinggi yaitu pada biaya konsumsi sebesar 38,43 persen dari total biaya perjalanan.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan di wisata Pantai M Beach adalah biaya perjalanan (*travel cost*), jarak, pendapatan, umur, kondisi pantai, dan fasilitas umum.
3. Nilai ekonomi dari wisata Pantai M Beach menggunakan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) sebesar Rp10.474.348.786 per tahun.
4. Persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M beach ditinjau dari komponen 4 A (*attraction, amenity, accessibility, dan ancillary*) termasuk dalam persepsi positif dengan kriteria baik.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis melalui penelitian ini yaitu:

1. Pengelola perlu melakukan perbaikan dan penambahan fasilitas. Fasilitas yang perlu diperbaiki yaitu pemisahan ruang ibadah untuk laki-laki dan

perempuan. Sedangkan fasilitas yang perlu ditambah yaitu gazebo agar tidak terjadi antrean yang dapat mempengaruhi kenyamanan wisatawan.

2. Pemerintah sebaiknya melakukan pengembangan infrastruktur seperti pelebaran jalan yang ada di Desa Merak Belantung khususnya jalan menuju wisata Pantai M Beach. Pelebaran jalan ini penting dilakukan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan wisatawan serta meminimalkan risiko tabrakan dan kemacetan.
3. Melihat baiknya kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial (Instagram dan tiktok) oleh pengelola wisata Pantai M Beach maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh media sosial terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke wisata Pantai M Beach serta penelitian mengenai preferensi wisatawan dan dampak dari wisata Pantai M Beach terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Lampung Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khoiriah, R., Prasmatiwi, F. E., & Affandi, M. I. (2017). Evaluasi Ekonomi dengan Metode Travel Cost pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(4), 406–413.
- Amrina, D. H., Melinia, M., Septiana, R., Alawiyah, T., & Zainal, R. (2020). Implikasi Pariwisata Pantai Syariah Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Kelestarian Lingkungan. *Salam (Islamic Economics Journal)*, 1(2).
- Anggela, M. M., Karini, N. M. O., & Wijaya, N. M. S. (2017). Persepsi dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Jembong di kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA P-ISSN*, 5(2), 2017.
- Apriani, N. L. (2020). *Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan, Kabupaten Karangasem*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Aqualdo, N., & Ekwarso, H. (2010). Nilai Ekonomi Lingkungan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Objek Wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu (Pendekatan Biaya Perjalanan). *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, 18(03), 8804.
- Arifa, E., Abidin, Z., & Marlina, L. (2019). Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(4), 568–574.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Asialiantin, I. G. A. A. F., & Tripalupi, L. E. (2022). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Pemandian Air Panas Angseri Kabupaten Tabanan. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 65–71.
- Baihaqi, M. I. (2007). *Psikiatri Konsep Dasar dan Gangguan-Gangguan*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Berutu, R. N. (2017). *Persepsi Wisatawan Terhadap Cafe Sawah Pujon Kidul, Kabupaten Malang, Jawa Timur*. Universitas Brawijaya.
- Farhan, M. F. (2017). Analisis Manfaat Ekonomi Objek Wisata PLTD Apung

- Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 2(4), 671–678.
- Fauzi, A. (2010). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Bogor.
- Fauzi, A. (2014). *Valuasi Ekonomi dan Penilaian Kerusakan Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT Penerbit IPB Press. Bogor.
- Firandari, T. (2009). Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Fransiska, N. (2023). Analisis Permintaan dan Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang di Kabupaten Lampung Selatan Dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(6), 1081-1094.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. UNDIP. Semarang.
- Handayani, T. D., Warningsih, T., & Bathara, L. (2021). Valuasi Ekonomi Wisata Marjoly Beach and Resort Dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method) Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Perikanan Dan Kelautan*, 26(2), 115–124.
- Hardiyanti, N., & Subari, S. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *AGRISCIENCE*, 1(1), 124–137.
- Huda, A., Abidin, Z., & Rosanti, N. (2022). Valuasi Ekonomi pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan Dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(3), 1259–1272.
- Ihsannudin, I., Zuhriyah, A., & Al Masih, A. S. (2022). Valuasi Ekonomi Ekowisata Kawasan Ekosistem Esensial (KEE) Pantai Taman Kili-Kili Kabupaten Trenggalek. *Sigmagri*, 2(01), 12–26.
- Indriastuti, M., Prasmatiwi, F. E., & Endaryanto, T. (2022). Valuasi Ekonomi dan dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 53–60.
- Irianto, A. (2007). *Statistik: Konsep dasar dan aplikasinya*. Kencana. Jakarta.
- Kusumawardani, I. S., Gumilar, I., & Rostini, I. (2012). Analisis Surplus Konsumen dan Surplus Produsen Ikan Segar di Kota Bandung (Studi Kasus di Pasar Induk Caringin). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 3(4).
- Mahardika, D. A., Arifin, B., & Nugraha, A. (2020). Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(4), 474–482.

- Marcelina, D., Febryano, I. G., Setiawan, A., & Yuwono, S. B. (2018). Persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata di pusat latihan gajah taman nasional way kambas. *Jurnal Belantara*, 1(2), 45–53.
- Marsinko, A., Zawacki, W. T., & Bowker, J. M. (2001). Use of travel cost models in planning: a case study. *Tourism Analysis*, 6(3–4), 203–211.
- Maulana, M. F. (2020). Nilai Ekonomi Dan Persepsi Pengunjung Objek Wisata Mangrove BeeJay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo, Jawa Timur. *Skripsi*. Universitas Brawijaya.
- Morrisan, M. A. (2012). *Metode penelitian survei*. Kencana. Jakarta.
- Muntasib. (2007). *Prinsip Dasar Rekreasi Alam dan Ekowisata*. Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata Fakultas Kehutan IPB. Bogor.
- Novita, S., Abidin, Z., & Kasymir, E. (2022). Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(2), 217–224.
- Putri, B. S. M., Ain, C., & Rudiyaniti, S. (2019). Valuasi Ekonomi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Potensi Wisata Pantai Karang Jahe Kabupaten Rembang. *Saintek Perikanan: Indonesian Journal of Fisheries Science and Technology*, 15(1), 11–18.
- Ramadhan, B. F. (2009). Gambaran Persepsi Keselamatan bersepeda motor siswa/i sekolah menengah atas di kota bogor tahun 2009. In *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Robbin, & Judge. (2015). *Perilaku Organisasi Edisi 16*. Salemba Empat. Jakarta.
- Setiawan, A. S., & Utami, N. R. (2022). Persepsi Wisatawan Milenial terhadap Ekowisata Situ Gede Kota Bogor. *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, 4(1), 103–109.
- Setiawan, I. B. D. (2015). Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali. *Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali*, 1–21.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2009). *The economics of tourism*. Routledge.
- Suarnayasa, K., & Haris, I. A. (2019). Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Objek Wisata Air Terjun Di Dusun Jembong. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 473–484.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.

- Suharyanti, D. (2019). Analisis Cost Benefit Pengembangan Pantai Ngedan Gunung Kidul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(1), 84–92.
- Susilowati, M. I. (2009). Valuasi ekonomi manfaat rekreasi taman hutan raya Ir. H. Djuanda dengan menggunakan pendekatan travel cost method. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Suwantoro, G. (2004). Dasar Dasar Pariwisata (II; ANDI, ed.). *Yogyakarta: ANDI Yogyakarta*.
- Sya'rani, L., & Zainuri, M. (2013). Kesesuaian dan daya dukung wisata bahari di perairan bandengan Kabupaten Jepara Jawa Tengah. *Jurnal Perikanan Dan Kelautan Tropis*, 9(1), 1–7.
- UNWTO. (2023). *Tourism On Track For Full Recovery As New Data Shows Strong Start To 2023*. Barometer. <https://www.unwto.org/news/tourism-on-track-for-full-recovery-as-new-data-shows-strong-start-to-2023>
- Wanti, L. W., Syaukat, Y., & Juanda, B. (2014). Analisis Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung. *Journal of Agriculture, Resource and Environmental Economics*, 1(2), 44–55.
- Yoeti, O. (2013). *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Penerbit Angkasa. Bandung.
- Yuliara, I. M. (2016). *Regresi Linier Berganda*. Universitas Udayana. Denpasar.
- Yustinaningrum, D. (2017). Pengembangan wisata bahari di Taman Wisata Perairan Pulau Pieh dan laut sekitarnya. *Agrika*, 11(1).
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*. E-Gov Publishing. Jogjakarta.
- Zulpikar, F., Prasetyo, D. E., Shelvatis, T. V., 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 (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 1(1), 53–63.