

**TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG DAN DAMPAK
PENGEMBANGAN WISATA ALAM LENGKUNG LANGIT 2
TERHADAP PEREKONOMIAN WILAYAH**

(Tesis)

Oleh

Asila Jelita Maharani
2020051003



**PROGRAM STUDI MAGISTER PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
PASCASARJANA
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG DAN DAMPAK PENGEMBANGAN WISATA ALAM LENGKUNG LANGIT 2 TERHADAP PEREKONOMIAN WILAYAH

Oleh

Asila Jelita Maharani

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) tingkat kepuasan pengunjung terhadap kunjungan ke Wisata Lengkung Langit 2, (2) nilai ekonomi Wisata Lengkung Langit 2, (3) dampak ekonomi Wisata Lengkung Langit 2 terhadap masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus. Penelitian ini melibatkan 127 responden yang terdiri dari 100 responden pengunjung, 20 responden tenaga kerja wisata alam Lengkung Langit 2 dan 7 responden pelaku unit usaha. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli hingga Desember 2022. Tujuan (1) digunakan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*, (2) digunakan analisis *Travel Cost Method*, (3) digunakan analisis *Keynesian Multiplier Effect*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kepuasan konsumen terhadap kunjungan wisata alam Lengkung Langit 2 sebesar 79,029 persen, yang berarti memuaskan pengunjung, Nilai ekonomi wisata alam Lengkung Langit 2 sebesar Rp35.017.101.187 per tahun. Dampak ekonomi langsung dari wisata alam Lengkung Langit 2 terhadap masyarakat masih rendah karena nilai *Keynesian Income Multiplier* hanya sebesar 0,58. Dampak ekonomi tidak langsung dari wisata alam Lengkung Langit 2 cukup tinggi karena nilai *Ratio Income Multiplier Tipe 1* sebesar 5,67. Dampak lanjutan dari adanya wisata alam Lengkung Langit 2 tinggi karena nilai *Ratio Income Multiplier Tipe 2* sebesar 9,57.

Kata kunci : Kepuasan wisatawan, biaya perjalanan, nilai ekonomi, dampak ekonomi

ABSTRACT

LEVELS OF VISITOR SATISFACTION AND THE IMPACT OF LENGKUNG LANGIT 2 NATURAL TOURISM ON THE REGIONAL ECONOMY

By

Asila Jelita Maharani

This study aims to analyze: (1) the level of visitor's satisfaction with visits to Lengkung Langit 2 Nature Tourism, (2) the economic value of Lengkung Langit 2 Nature Tourism, (3) the economic impact of Lengkung Langit 2 Nature Tourism on society. This research is a case study. This study involved 127 respondents consisting of 100 visitors, 20 employees of Lengkung Langit 2 Nature Tourism and 7 business actors. The research was conducted from July to December 2022. Objectives (1) used the analysis of the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA), (2) used the analysis of the Travel Cost Method, (3) used the analysis of the Keynesian Multiplier Effect. The results of the study show that the value of consumer satisfaction is as much as 79.029 percent, which means the visitors were satisfied, the economic value of Lengkung Langit 2 Nature Tourism is IDR 35,017,101,187 per year. The direct economic impact of the Lengkung Langit 2 Tourism on society is still low because the Keynesian Income Multiplier value is only 0.58. The indirect economic impact of Lengkung Langit 2 Nature Tourism is quite high because the value of the Type 1 Income Multiplier Ratio is 5.67. The follow-up impact of the existence of Lengkung Langit 2 Nature Tourism is high because the Type 2 Income Multiplier Ratio is 9.57. The indirect economic impact of the Arch of Lengkung Langit 2 Nature Tourism is quite high because the value of the Type 1 Income Multiplier Ratio is 5.67. The follow-up impact of the existence Lengkung Langit 2 Nature Tourism is high because the Type 2 Income Multiplier Ratio is 9.57. The indirect economic impact of the Arch of Lengkung Langit 2 Nature Tourism is quite high because the value of the Type 1 Income Multiplier Ratio is 5.67. The follow-up impact of the existence of Lengkung Langit 2 Nature Tourism is high because the Type 2 Income Multiplier Ratio is 9.57.

Keywords: Tourist satisfaction, travel costs, economic value, economic impact

**TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG DAN DAMPAK PENGEMBANGAN
WISATA ALAM LENGKUNG LANGIT 2 TERHADAP PEREKONOMIAN
WILAYAH**

Oleh

Asila Jelita Maharani

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

Pada

Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota Pascasarjana Multidisiplin
Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI MAGISTER PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
PASCASARJANA
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Tesis : **TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG DAN DAMPAK PENGEMBANGAN WISATA ALAM LENGKUNG LANGIT 2 TERHADAP PEREKONOMIAN WILAYAH**

Nama Mahasiswa : *Asila Jelita Maharani*

Nomor Pokok Mahasiswa : 2020051003

Program Studi : Magister Perencanaan Wilayah dan Kota

Fakultas : Pascasarjana Multidisiplin



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.
NIP. 196407241989021002

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP. 196302031989022001

2. Ketua Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota
Universitas Lampung

Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.
NIP. 196407241989021002

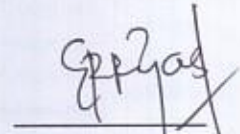
MENGESAHKAN

I. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Muhammad. Irfan Affandi, M.Si.



Sekretaris : Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.



Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.



Anggota : Dr. Maya Riantini, S.P., M.Si.



2. Direktur Pascasarjana Universitas Lampung



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP. 196403261989021001

Tanggal Lulus Ujian Tesis: 21 Juli 2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Tesis dengan judul: **“TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG DAN DAMPAK PENGEMBANGAN WISATA ALAM LENGKUNG LANGIT 2 TERHADAP PEREKONOMIAN WILAYAH”** adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Hak intelektual atas karya ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 21 Juli 2023

Yang membuat pernyataan




Asila Jelita Maharani

NPM. 2020051003

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang
dan segala nikmat-Nya

Shalawat serta salam selalu terucap kepada Rasulullah SAW

kupersembahkan karya kecil ini kepada

Orang tuaku tercinta

Ibu Yulisdiani dan Bapak Alriando

Kupersembahkan sebuah karya ini untuk Umi dan Ayahku yang setia dengan senang
hati mendampingi dan membimbingku. Doa yang selalu dipanjatkan, semangat yang
selalu terucap dan pengorbanan yang tidak akan pernah terbalaskan yang membuatku
bisa bertahan sampai saat ini

MOTTO

“Kamu bisa melakukan apapun dengan yang kamu punya dan lakukan yang kau bisa”

“...dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”.[Q.S. Yusuf: 87]

RIWAYAT HIDUP

Penuli dilahirkan di Tebet, Jakarta Selatan pada tanggal 16 Juni 1998, merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Muhammad Alriando Trisna dan Ibu Yulisdiani. Penulis memiliki satu kakak kandung yaitu Muhammad Akbari Alriando. Penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak Pembina pada Tahun 2002, Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Rawa Laut Bandar Lampung Tahun 2004, lulus pada Tahun 2010. Penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 23 Bandar Lampung, lulus pada Tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 3 Bandar Lampung lulus pada Tahun 2016. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2020. Pada Tahun 2020 penulis kembali melanjutkan pendidikan pada Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan kasih karunia- Nya, sehingga dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Tingkat Kepuasan Pengunjung dan Dampak Pengembangan Wisata Alam Lengkung Langit 2 Terhadap Perekonomian Wilayah” dengan baik.

Banyak pihak yang telah memberikan doa, bantuan, nasihat, motivasi dan saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., sebagai Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Perencanaan Wilayah dan Kota dan selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran, pengarahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Ibu Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.S., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran, pengarahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S., sebagai Dosen Penguji Pertama atas saran, kritik, dan arahan yang diberikan untuk perbaikan tesis ini.
6. Ibu Dr. Maya Riantini, S.P., M.Si., sebagai Dosen Penguji Kedua atas saran, kritik, dan arahan yang diberikan untuk perbaikan tesis ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Pascasarjana Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman

selama penulis menjadi mahasiswi, serta staf/karyawan yang memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.

8. Kedua orang tuaku tercinta, Umi Yulisdiani dan Ayah M. Alriando yang selalu memberikan motivasi, dukungan, doa restu, kasih sayang, perhatian yang tak pernah terputus, kakakku satu-satunya Muhammad Akbari, dan nenekku Sakurayati, serta keluarga besar atas semua limpahan kasih sayang, doa, nasihat, semangat, kebahagiaan, dan perhatian yang tak pernah putus kepada penulis selama ini.
9. Terima kasih kepada Muhammad Ernando Erwansyah, telah menjadi seseorang yang selalu ada, memberikan doa, dukungan, nasihat, mendengarkan segala keluh kesah, serta memberi semangat kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2020 di Magister Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Lampung atas semangat berjuang dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini.
11. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis hingga terselesaikan tesis ini.

Bandar Lampung, 21 Juli 2023

Penulis,

Asila Jelita Maharani

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Konsep Pengembangan Wilayah.....	9
2. Aspek-Aspek dalam Pengembangan.....	10
3. Pengertian Pariwisata.....	11
4. Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata.....	12
5. Komponen Pariwisata.....	13
6. Tata Ruang Pariwisata.....	14
7. Kepuasan Wisatawan.....	17
8. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
9. Valuasi Ekonomi.....	21
10. Nilai Ekonomi Pariwisata.....	22
11. Metode Biaya Perjalanan/ <i>Travel Cost Method</i> (TCM).....	22
12. Konsep Dampak.....	24
13. Dampak Objek Wisata.....	24
14. Dampak Ekonomi Pariwisata.....	25
15. Kajian Penelitian Terdahulu.....	28
B. Kerangka Pemikiran.....	40
C. Hipotesis.....	43
III. METODE PENELITIAN.....	44
A. Metode Penelitian.....	44
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	44
C. Lokasi, Waktu Penelitian, dan Responden Penelitian.....	48
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	50
E. Metode Pengujian Instrumen.....	53

F. Metode Analisis Data	55
1. Metode Analisis Tujuan Pertama	55
2. Metode Analisis Tujuan Kedua	60
3. Metode Analisis Tujuan Ketiga.....	64
IV. GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	66
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung.....	66
B. Gambaran Umum Kecamatan Kemiling	68
1. Letak Geografi.....	68
2. Topografi, Klimatologi, dan Jenis Tanah	68
3. Administrasi Pemerintahan	69
C. Gambaran Umum Kelurahan Sumber Agung	69
D. Pemetaan dan Sebaran Wisata Alam	70
1. Aspek Potensi Fisik Dan Lingkungan	70
2. Analisis Kesesuaian Pemanfaatan Ruang.....	70
3. Sebaran Wisata Alam	71
4. Kesesuaian dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW)	77
E. Profil Lengkung Langit 2.....	78
F. Sejarah Lengkung Langit 2	80
G. Jumlah Tenaga Kerja Wisata Alam Lengkung Langit 2.....	80
H. Asal Tenaga Kerja	80
I. Hari kunjungan wisata alam	80
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
A. Karakteristik Pengunjung Wisata Alam Lengkung Langit 2	82
1. Umur.....	82
2. Tingkat Pendidikan.....	83
3. Pekerjaan	84
4. Pendapatan.....	85
5. Asal daerah pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2.....	85
6. Jarak.....	87
7. Jumlah Kunjungan.....	87
8. Sumber Informasi	88
9. Motivasi Kunjungan	89
10. Hari Kunjungan	89
11. Fasilitas.....	90
12. Kemudahan Mencapai Lokasi	92
13. Kebersihan.....	92
14. Keinginan Pengunjung Mengunjungi Kembali ke Lengkung Langit 2.....	93
15. Lama Kunjungan	94
B. Karakteristik Tenaga Kerja Wisata Alam Lengkung Langit 2	94
1. Tingkat Pendidikan.....	95
2. Pendapatan.....	95
3. Jumlah Tanggungan.....	96

4. Umur.....	96
C. Karakteristik Unit Usaha Wisata Alam Lengkung Langit 2.....	96
1. Umur.....	97
2. Tingkat Pendidikan.....	97
3. Pendapatan.....	98
4. Jumlah Tanggungan.....	98
D. Uji <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	98
E. Analisis Tingkat Kesesuaian dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	102
F. Biaya Perjalanan Pengunjung Wisata Alam	108
G. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Alam Lengkung Langit 2	109
1. Uji Parameter.....	110
2. Uji Serentak	112
3. Uji Parsial	113
H. Nilai Ekonomi Wisata alam Lengkung Langit 2	116
I. Dampak Ekonomi Wisata Alam Lengkung Langit 2.....	118
1. Dampak Ekonomi Langsung (<i>Direct Impact</i>)	120
2. Dampak Ekonomi Tidak Langsung (<i>Indirect Impact</i>)	125
3. Dampak Ekonomi Lanjutan (<i>Induced Impact</i>).....	126
4. Nilai <i>Multiplier Effect</i> (Nilai Efek Pengganda).....	127
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	130
A. Kesimpulan	130
B. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	132

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
2. Uji Validitas tingkat kepentingan dan kinerja.....	53
3. Uji reliabilitas tingkat kepentingan dan kinerja	54
4. Rentang skala dan interpretasi <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	57
5. Skala Pengukuran Kepentingan dan Kinerja	57
6. Tingkat kepuasan pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2.....	58
7. Sebaran umur pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2.....	82
8. Sebaran tingkat pendidikan pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2	83
9. Sebaran pekerjaan pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2.....	84
10. Sebaran pendapatan pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2	85
11. Sebaran asal daerah pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2	86
12. Sebaran jarak pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2.	87
13. Sebaran jumlah kunjungan wisata Lengkung Langit 2	88
14. Sebaran sumber informasi pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2	88
15. Sebaran hari kunjungan pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2	89
16. Rekapitulasi interpretasi persepsi pengunjung terhadap fasilitas.....	90
17. Persepsi pengunjung terhadap fasilitas di Lengkung Langit 2	91

18. Sebaran fasilitas yang perlu ditambah di Lengkung Langit 2 menurut persepsi responden	91
19. Sebaran kemudahan mencapai lokasi wisata alam Lengkung Langit 2	92
20. Sebaran masalah kebersihan wisata alam Lengkung Langit 2	93
21. Sebaran keinginan pengunjung kembali mengunjungi	93
22. Sebaran waktu kunjungan di wisata alam Lengkung Langit 2	94
23. Karakteristik tenaga kerja wisata alam Lengkung Langit 2	95
24. Karakteristik tenaga kerja wisata alam Lengkung Langit 2	97
25. Rekapitulasi interpretasi kepuasan pengunjung berdasarkan skala <i>CSI</i>	99
26. Skor tingkat kepentingan atribut kunjungan wisata alam Lengkung Langit 2	100
27. Skor tingkat kinerja atribut kunjungan wisata alam Lengkung Langit 2	101
28. Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> kunjungan wisata alam Lengkung Langit 2	102
29. Rata-rata tingkat kepentingan, tingkat kinerja, dan tingkat kesesuaian wisata alam Lengkung Langit 2	103
30. Biaya perjalanan pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2	108
31. Uji Kolmogorov-Smirnov	110
32. Hasil uji <i>Equidispersi</i> pada variabel jumlah kunjungan di wisata alam Lengkung Langit 2	111
33. Hasil Uji <i>Overdispersi</i> atau <i>Underdispersi</i>	112
34. Hasil analisis regresi Poisson tergeneralisasi (<i>Generalized Poisson Regression</i>)	113
35. Nilai ekonomi wisata alam Lengkung Langit 2	117
36. Proporsi pengeluaran pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2	119
37. Pendapatan unit usaha di wisata alam Lengkung Langit 2	121
38. Pengeluaran unit usaha di wisata alam Lengkung Langit 2	123
39. Dampak Ekonomi Langsung di wisata alam Lengkung Langit 2	124

40. Dampak ekonomi tidak langsung di wisata alam Lengkung Langit 2	125
41. Proporsi pengeluaran responden tenaga kerja wisata alam Lengkung Langit 2	126
42. Dampak ekonomi lanjutan di wisata alam Lengkung Langit 2.....	127
43. Nilai pengganda (<i>Multiplier Effect</i>) dari arus uang yang terjadi di wisata alam Lengkung Langit 2	128
44. Identitas responden.....	140
45. Nilai kepentingan.....	155
46. Uji validitas nilai kepentingan.....	161
47. Uji reliabilitas nilai kepentingan.....	165
48. Uji validitas nilai kinerja.....	166
49. Uji reliabilitas nilai kinerja.....	169
50. Skor kepentingan.....	170
51. Skor kinerja.....	171
52. Hasil perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	172
53. Tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan tingkat kesesuaian.....	173
54. Daerah asal pengunjung.....	175
55. Tingkat pendidikan pengunjung.....	175
56. Jarak.....	175
57. Umur pengunjung.....	175
58. Jumlah kunjungan.....	176
59. Persepsi terhadap fasilitas.....	176
60. Hari kunjungan.....	176
61. Keinginan berkunjung kembali.....	176
62. Kemudahan mencapai lokasi.....	176
63. Sumber informasi pengunjung.....	177
64. Kebersihan.....	177
65. Fasilitas yang perlu ditambah.....	177

66. Pendapatan dan pekerjaan pengunjung.....	178
67. Biaya perjalanan.....	179
68. Biaya perjalanan total.....	186
69. Klasifikasi biaya perjalanan.....	191
70. Klasifikasi biaya perjalanan berdasarkan tempat tinggal.....	191
71. Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan.....	192
72. Uji <i>Poisson</i>	198
73. Surplus konsumen.....	199
74. Tenaga kerja.....	202
75. Jumlah tanggungan keluarga.....	204
76. Tingkat pendidikan tenaga kerja.....	204
77. Pendapatan tenaga kerja.....	204
78. Kelompok umur tenaga kerja.....	204
79. Unit usaha.....	205
80. Pendapatan unit usaha.....	206
81. Nilai Kepuasan.....	207
82. Skala dan interpretasi kepuasan responden di wisata alam Lengkung Langit 2.....	212
83. Skor fasilitas menurut persepsi responden.....	215

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran tingkat kepuasan pengunjung dan dampak pengembangan wisata Lengkung Langit 2 terhadap perekonomian wilayah.....	42
2. Peta administrasi Kecamatan Kemiling.....	52
3. Diagram kartesius.....	59
4. Peta wilayah Kota Bandar Lampung.....	66
5. Peta sebaran wisata alam di Kecamatan Kemiling.....	72
6. Diagram IPA kepuasan pengunjung terhadap kunjungan ke wisata alam Lengkung Langit 2.....	104

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini semakin pesat. Perkembangan sektor pariwisata menjanjikan dan memberikan manfaat kepada banyak pihak dari pemerintah, masyarakat maupun swasta. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menjanjikan bagi pemerintah maupun masyarakat sekitar objek wisata. Pembangunan kepariwisataan memerlukan perencanaan dan perancangan yang baik. Kebutuhan akan perencanaan yang baik tidak hanya dirasakan oleh pemerintah yang memegang fungsi pengarah dan pengendali, tetapi juga oleh swasta, yang merasakan makin tajamnya kompetisi, dan menyadari bahwa keberhasilan bisnis ini juga tak terlepas dari situasi lingkungan yang lebih luas dengan dukungan dari berbagai sektor. Peranan pemerintah sangat membantu terwujudnya obyek wisata. Pemerintah berkewajiban mengatur pemanfaatan ruang melalui distribusi dan alokasi menurut kebutuhan.

Kebijakan pengelolaan tata ruang tidak hanya mengatur yang boleh dan yang tidak boleh dibangun saja, namun terkandung banyak aspek kepastian arah pembangunan. Mengubah kemampuan ekonomi menjadi suatu peluang, menjaga ruang terbuka hijau bagi keseimbangan lingkungan, merupakan beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam upaya pengalokasian ruang.

Lampung sebagai salah satu provinsi di Indonesia juga mempunyai potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata alam. Potensi tersebut antara lain pemandangan yang indah, hawa yang sejuk, serta dikelilingi oleh kehijauan perbukitan dan pegunungan yang banyak ditanami berbagai macam bunga dan pohon. Berbagai budayanya juga terlihat unik dan menarik, begitu pula dengan ragam adat istiadatnya (Rostiyati, 2013).

Berbagai macam wisata yang terdapat di Provinsi Lampung antara lain situs sejarah yang terdiri dari situs eksitu, kota tua dan desa wisata, situs budaya berupa beragam tradisi yang masih berlangsung seperti Karnaval Tuping dan Prosesi Gajah, arsitektur tradisional, seni pertunjukan baik seni tari, teater musik dan sastra, kerajinan rakyat hingga wisata ziarah. Potensi wisata ini terbukti mampu menarik banyak wisatawan ke Provinsi Lampung setiap tahunnya.

Pemerintah Provinsi Lampung saat ini gencar mengembangkan ekowisata dan agrowisata untuk memenuhi salah satu janji Gubernur Lampung menjadikan Provinsi Lampung sebagai pusat ekowisata dan agrowisata. Upaya telah dilakukan untuk mengembangkan beberapa ekowisata dan agrowisata yang sudah ada serta mengembangkan daerah-daerah yang memiliki potensi ekowisata dan agrowisata. Bandar Lampung merupakan kota yang strategis bagi kegiatan wisata ke berbagai tempat wisata, sebagian lokasi wisata yang indah dan menarik terdapat di kota Bandar Lampung. Objek wisata pantai, budaya, alam pegunungan atau wisata petualangan di hutan mudah dijangkau. Objek yang satu dan lainnya saling berdekatan sehingga kunjungan atau perjalanan wisata menjadi beragam, pengalaman pun menjadi lebih beragam karena banyak tempat yang bisa dilihat. Kecamatan Kemiling merupakan kecamatan dengan beberapa wisata alam. Lokasi kawasan hutan kota, penangkaran rusa dan taman kupu-kupu yang berdekatan dapat menghadirkan potensi pengembangan kawasan wisata lainnya (Rostiyati, 2013).

Obyek wisata adalah suatu produk jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan jasa dengan harapan supaya pengunjung datang untuk berkunjung dan

menikmati obyek wisata yang ditawarkan, serta untuk mencapai keinginan konsumen, pengelola harus mampu melakukan pelayanan dengan tujuan menimbulkan rasa puas kepada konsumen. Menurut Gaspersz (1997) penerapan manajemen kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkompetisi dipasar domestik dan pasar global. Kepuasan pelanggan sebelumnya akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan akan timbul setelah seseorang telah mengalami pengalaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa tersebut (Bloemer et al., 1998).

Upaya pengembangan dunia kepariwisataan didukung oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata yang menyebutkan bahwa keberadaan objek wisata pada daerah akan sangat menguntungkan antara lain meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD),), menaikkan taraf hidup masyarakat, memperluas lapangan kerja dengan bertambahnya pengangguran saat ini, serta meningkatkan rasa cinta terhadap sekitas dan adat lokal.

Salah satu tempat wisata alam yang paling banyak diminati atau dikunjungi oleh masyarakat nusantara di Kota Bandar Lampung adalah Wisata Lengkung Langit 2. Wisata Alam Lengkung Langit 2 berada di Kelurahan Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandarlampung. Objek wisata ini baru diresmikan pada akhir tahun 2020. Akses jalan menuju wisata alam Lengkung Langit 2 dapat dilalui oleh kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat. Kondisi jalan menuju Lengkung Langit 2 sudah dapat diakses dengan baik, hal tersebut dilihat dari jalan yang telah diaspal. Taman rekreasi yang menawarkan pemandangan indah dan asri di atas perbukitan. Lokasinya berada pada ketinggian 300 mdpl memiliki luas lahan 2.400 m². Masyarakat yang ingin mengunjungi Lengkung Langit 2 dikenakan biaya tiket masuk sebesar Rp 15.000,- biaya tersebut belum termasuk biaya parkir sebesar Rp5.000,- untuk motor dan Rp10.000 untuk mobil. Selain itu, untuk fasilitas foto dengan spot pemandangan dari atas dikenakan harga sebesar Rp 5.000,

Lengkung Langit 2 juga menjadi destinasi wisata favorit yang memiliki spot foto yang indah. Salah satu spot foto terfavorit, yaitu gapura ala Kerajaan Mataram. Selain itu, di sini juga memiliki taman bermain dan berbagai macam *food court* dan kafe untuk kuliner. Fasilitas yang tersedia yaitu tempat parkir yang luas dan toilet. Bagi pengunjung muslim juga tersedia fasilitas mushola untuk melaksanakan ibadah sholat. Waktu terbaik untuk menikmati pemandangan pegunungan dan sekitar Kota Lampung adalah siang hari. Untuk mendapatkan foto dengan pemandangan yang jelas, waktu siang dan sore menjadi rekomendasi. Malam hari merupakan waktu terbaik untuk melihat indahnya cahaya lampu yang menghiasi.

Pengunjung berperan sebagai penentu keberhasilan suatu tempat wisata. Selain itu, wisatawan memiliki harapan-harapan terhadap kinerja dari Wisata Alam Lengkung Langit 2. Pihak wisata Wisatawan alam harus memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk menciptakan kepuasan wisatawan. Pengunjung cenderung akan datang berkunjung kembali dan merekomendasikan wisata alam kepada orang lain, maka pengunjung tersebut merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas wisata alam Lengkung Langit 2 yang ditawarkan lebih buruk dari harapan, maka pengunjung akan merasa tidak puas. Apabila pengunjung merasa puas dan datang Kembali bahkan merekomendasikan wisata alam kepada orang lain, maka akan meningkatkan jumlah kunjungan wisata alam Lengkung Langit 2. Dalam menjalankan kegiatan wisata, wisatawan mengeluarkan biaya-biaya yang disebut biaya perjalanan. Berdasarkan penelitian Fitriana et al. (2017), jarak, umur, pendidikan, pendapatan, lama perjalanan atau waktu tempuh, dan biaya perjalanan berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan wisata.

Lokasi wisata Lengkung Langit 2 dekat dengan Penangkaran Rusa dan juga Taman Kupu-Kupu sehingga wisata Lengkung Langit 2 dapat dengan mudah dan cepat untuk dipasarkan kepada masyarakat. Pihak wisata alam Lengkung Langit 2 memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk membuka usaha di lokasi objek wisata. Pengembangan wisata alam Lengkung Langit 2 diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di

kawasan wisata. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, diperlukan suatu penilaian mengenai biaya perjalanan pengunjung untuk berwisata ke Lengkung Langit 2.

Sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian baik itu mencakup negara maupun daerah lokasi wisata. Kontribusi tersebut dapat dilihat melalui aktivitas wisatawan. Wisatawan yang datang menghabiskan sejumlah besar uang mulai dari pengeluaran transportasi hingga untuk membeli produk atau jasa di daerah tujuan wisata, seperti akomodasi, makanan dan minuman, cenderamata, kegiatan rekreasi dan sebagainya. Salah satu isu strategis pembangunan pariwisata adalah bagaimana meningkatkan kontribusi pariwisata dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya masyarakat di daerah tujuan wisata (Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat, 2018). Berdasarkan aktivitas wisatawan tersebut, maka dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat disekitar lokasi wisata untuk dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dan memperoleh keuntungan dari kegiatan usaha tersebut.

Pengembangan Wisata Lengkung Langit 2 ini diharapkan dapat menjadi nilai tambah penggunaan lahan menjadi jasa wisata yang lebih baik. Menurut Arjana (2015), aktivitas pariwisata dapat menggerakkan pelaku pariwisata bidang ekonomi karena adanya *supply* (penawaran) dan *demand* (permintaan) terhadap produk barang dan jasa. Industrialisasi yang berkembang dengan baik tentu dapat menciptakan kesempatan kerja secara luas. Untuk itu sudah seyakinya pariwisata dijadikan alternatif yang menggerakkan perekonomian hingga sedemikian rupa menjadi sumber pendapatan bagi setiap daerah yang memiliki potensi untuk menyelenggarakannya dalam upaya memperoleh atau meningkatkan pendapatan bagi masyarakat maupun daerah. Kehadiran dari pariwisata ini hendaknya menjadi peluang untuk meningkatkan wisatawan ke Kota Bandar Lampung. Tinggal bagaimana cara pemerintah dalam mengelola dan mempromosikan pariwisata tersebut, sehingga tidak hanya pemerintah saja yang mendapatkan hasil dari wisata tersebut tetapi masyarakat di sekitar kawasan wisata juga dapat merasakan dan mendapatkan keuntungan dari

keberadaan wisata. Namun dalam pengembangannya masih banyak yang perlu diperhatikan karena mengingat bahwa wisata ini berada di kawasan Kemiling yang merupakan kawasan konservasi sehingga perlu dikaji dampak yang akan ditimbulkan mengenai perekonomian masyarakat.

Dampak wisata dapat bersifat langsung dan tidak langsung. Dampak yang pertama terjadi dari perkembangan pariwisata adalah perubahan pendapatan ekonomi masyarakat yang ditimbulkan oleh adanya kawasan wisata yang dimanfaatkan penduduk lokalnya. Di sisi lain, pertumbuhan ekonomi yang kuat membuat keberadaan wisata alam menjadi sangat penting di Kota Bandar Lampung karena merupakan salah satu mesin pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menganalisis dampak ekonomi akibat terbangunnya Wisata Lengkung Langit 2. Pengembangan wisata alam Lengkung Langit 2 diharapkan mampu berperan dalam meningkatkan perekonomian wilayah khususnya mencakup masyarakat di sekitar lokasi wisata Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, diperlukan suatu penilaian mengenai nilai ekonomi Lengkung Langit 2, tingkat kepuasan pengunjung dan dampak ekonomi Wisata Lengkung Langit 2.

B. Rumusan Masalah

Kepuasan pengunjung adalah salah satu faktor utama yang mendukung perkembangan wisata alam, karena keberlangsungannya ditentukan oleh nilai kepuasan pengunjung yang datang menikmati wisata tersebut. Dalam meningkatkan jumlah pengunjung yang datang, pengelola wisata alam Lengkung Langit 2 harus mengetahui kelemahan dan kelebihan yang ada sehingga mengetahui prioritas yang harus diperbaiki dan dikembangkan guna meningkatkan kepuasan pengunjung di wisata alam. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* untuk mendapatkan informasi mengenai tingkat kepuasan pengunjung, selain itu juga dapat mengetahui atribut yang harus diprioritaskan bagi peningkatan jumlah pengunjung di wisata alam Lengkung Langit 2.

Adanya kegiatan di wisata alam dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian di daerah lokasi wisata. Kontribusi tersebut dapat dilihat melalui aktivitas pengunjung. Pengunjung yang datang menghabiskan sejumlah besar uang mulai dari pengeluaran transportasi hingga untuk membeli produk atau jasa di daerah tujuan wisata. Berdasarkan aktivitas pengunjung tersebut, maka dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat disekitar lokasi wisata untuk dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dan memperoleh keuntungan dari kegiatan usaha tersebut. Jenis usaha yang dilakukan di lokasi wisata alam Lengkung Langit 2 terdapat 5 usaha dengan total keseluruhan usaha yang dilakukan sebanyak 7 unit usaha. Usaha yang paling banyak dilakukan adalah penjual makanan. Pihak wisata alam Lengkung Langit 2 memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk membuka usaha di lokasi objek wisata. Pengembangan wisata alam Lengkung Langit 2 diharapkan mampu berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di lokasi wisata. Adanya aktivitas wisata alam Lengkung Langit 2 menimbulkan dampak bagi masyarakat sekitar terutama dampak ekonomi.

Berdasarkan latar belakang latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan maka dirumuskan batasan masalah yang diteliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap kunjungan ke Wisata Lengkung Langit 2?
2. Berapakah nilai ekonomi Wisata Lengkung Langit 2 berdasarkan analisis biaya perjalanan (*travel cost method*)?
3. Bagaimana dampak ekonomi Wisata Lengkung Langit 2 terhadap masyarakat di Sumber Agung?

C. Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap kunjungan ke Wisata Lengkung Langit 2.
2. Menganalisis nilai ekonomi Wisata Lengkung Langit 2 berdasarkan metode biaya perjalanan (*travel cost method*).
3. Menganalisis dampak ekonomi Wisata Lengkung Langit 2 terhadap masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan baik secara akademis maupun praktis.

1. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan pada bidang kepuasan pengunjung, dan perekonomian wilayah serta pengembangan wisata Wisata Lengkung Langit 2 di kawasan Wisata Lengkung Langit 2 Langit .
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak terkait yaitu pihak Wisata Lengkung Langit 2 dalam memberi informasi dan referensi terhadap kepuasan pengunjung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Pengembangan Wilayah

Wilayah adalah pengendalian dan kawasan yang dinamis di mana terdapat interaksi antara sumber daya alam, sumber daya buatan, sumber daya manusia dan kegiatan perdagangan. Pembangunan beberapa daerah yaitu keinginan membangun dan melakukan pengembangan pada daerah dengan sistem pendekatan mengintegrasikan aspek sosial budaya, ekonomi, lingkungan fisik, dan kelembagaan ke dalam kerangka perencanaan dan pengelolaan pembangunan yang terpadu (Alkadri, 1999). Nugroho & Dahuri (2012) juga mengungkapkan hal yang sama, bahwa aspek kewilayahan, lingkungan dan sosial harus diperhatikan dalam penjabaran kebijakan ekonomi dan program pembangunan secara umum untuk mencapai kesejahteraan yang optimal dan berkelanjutan. Dari hal itu bisa disimpulkan, pembangunan daerah tidak hanya peningkatan ekonomi, legislasi, politik, lingkungan hidup dan kesejahteraan sosial yang berkelanjutan. Tujuan tersebut dapat tercapai jika bidang yang bersangkutan memiliki kondisi persaingan yang dinamis. Oleh karena itu, konsep pembangunan daerah wajib berpatokan pada kondisi daerah itu sendiri (Alkadri, 1999). Salah satu konsep pembangunan daerah yang dikemukakan oleh Mangiri dan Widiat (alkadri, 1999) adalah pembangunan daerah yang berorientasi sumber daya. Konsep ini digunakan karena kuantitas dan kualitas sumber daya

suatu daerah berbeda satu sama lain. Maka, konsep ini dapat dilaksanakan dengan beberapa pilihan strategi berikut ini:

- a. Pengembangan wilayah berbasis input, tetapi surplus sumberdaya manusia;
- b. Pengembangan wilayah berbasis input, tetapi surplus sumberdaya alam;
- c. Pengembangan wilayah berbasis sumberdaya modal dan manajemen;
- d. Pengembangan wilayah berbasis seni, budaya dan keindahan alam;
- e. Pengembangan wilayah berbasis penataan ruang (lokasi strategis).

2. Aspek-Aspek dalam Pengembangan

a. Aspek Aktivitas dan Fasilitas

Kegiatan dan fasilitas saat berkembangnya suatu destinasi wisata memerlukan fasilitas yang digunakan yang berperan sebagai pelengkap dan pemuas kebutuhan berbagai jenis wisatawan. Menurut (Burkart & Medlik, n.d.), fasilitas bukanlah faktor terpenting yang menjadi penarik perhatian pengunjung destinasi, namun kurangnya fasilitas dapat menghambat wisatawan untuk menikmati destinasi. Pada dasarnya, fungsi fasilitas harus memungkinkan pengunjung/wisatawan untuk terlibat dalam kegiatan dan menjadikannya sebagai pengalaman yang menghibur. Selain itu, situs dapat menjadi tujuan wisata jika penyajiannya mencakup keramahamahan yang menarik bagi wisatawan, di mana keramahamahan dapat menjadikan penyediaan layanan sebagai tujuan wisata. Bovy & Lawson (1998) mencatat bahwa ruang adalah atraksi buatan manusia, berbeda dengan atraksi, yang lebih seperti sumber daya.

b. Aspek Sosial Ekonomi dan Budaya

Dalam analisa sosial ekonomi membahas mengenai mata pencaharian penduduk, komposisi penduduk, angkatan kerja, latar belakang pendidikan masyarakat sekitar, dan penyebaran penduduk dalam suatu wilayah. Hal ini perlu dipertimbangkan karena dapat menjadi suatu

tolak ukur mengenai apakah posisi pariwisata menjadi sektor unggulan dalam suatu wilayah tertentu ataukah suatu sektor yang kurang menguntungkan dan kurang selaras dengan kondisi perekonomian yang ada. Selanjutnya yaitu tentang aspek sosial budaya, dimana aspek kebudayaan dapat dijadikan sebagai suatu topik pada suatu kawasan. Dennis L. Foster mengutarakan mengenai Pengaruh Kebudayaan (*cultural influences*) sebagai berikut: “Para pelaku perjalanan tidak membuat keputusan hanya berdasarkan pada informasi pemrosesan dan pengevaluasian. Mereka pula dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain kebudayaan, masyarakat, dan gaya hidupnya. Kebudayaan itu cenderung seperti pakaian tradisional dan kepercayaan pada suatu masyarakat, religi, atau kelompok etnik (*ethnic group*)”

3. Pengertian Pariwisata

Pariwisata dianggap sebagai pabrik yang kompleks karena industri pariwisata mencakup industri terkait seperti kerajinan tangan, cinderamata, akomodasi dan transportasi. Pariwisata adalah fenomena sosial yang mempengaruhi orang, masyarakat, kelompok, organisasi, budaya, dll. dan menjadi subjek penelitian sosiologis (Pitana & Gayatri, 2005). Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Pasal 28 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010 – 2025, pariwisata merupakan kegiatan yang memiliki keterkaitan lintas sektor dan lintas skala usaha. Berkembangnya kegiatan pariwisata akan menggerakkan berbagai macam mata rantai usaha yang termasuk di dalamnya sehingga akan melahirkan efek ekonomi multi ganda (*multiplier effect*) yang akan memberikan nilai manfaat ekonomi yang sangat berarti bagi semua pihak yang terkait dalam mata rantai usaha kepariwisataan tersebut. Dampak ekonomi multi ganda pariwisata dapat menjangkau baik dampak ekonomi langsung, dampak ekonomi tak langsung maupun dampak lanjutan yang pada umumnya terkait dengan

usaha skala kecil dan menengah maupun usaha-usaha di sektor hulu, seperti pertanian, perkebunan, peternakan dan sebagainya.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau memplajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata tersebut. Pariwisata juga bertujuan untuk rekreasi, hiburan atau *refresing*.

4. Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Destinasi atau atraksi wisata yaitu hal bagian dari elemen terpenting dalam dunia pariwisata. Destinasi dan atraksi wisata dapat berkembang dalam program pemerintah untuk melestarikan adat dan budaya masyarakat sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan. Destinasi dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, gaya hidup, dan lain-lain, serta dapat memiliki daya tarik dan nilai jual bagi wisatawan untuk dikunjungi atau dinikmati.

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV tentang kepariwisataan menjelaskan perbedaan antara objek dan daya tarik wisata adalah :

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna,
- b. Pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
- c. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.

- d. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
- e. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi :
 - 1) Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
 - 2) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti : kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat. Dan yang bersifat alamiah, seperti : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.
 - 3) alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.

5. Komponen Pariwisata

Menurut Yeti (1997) memiliki pendapat yaitu diakuinya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat bergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*).

a. Atraksi (*attraction*)

Hal ini untuk daya penarik bagi wisata tertentu apalagi yang baru saja berkembang dengan mengadakan tari-tarian, nyanyian kesenian rakyat tradisional, upacara adat, alam yang menarik dan lain-lain

b. Aksesibilitas (*accessibility*)

Kegiatan pariwisata sangat bergantung pada transportasi dan komunikasi, karena faktor perjalanan dan waktu memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan masyarakat untuk melakukan perjalanan. Dalam hal aksesibilitas, transportasi merupakan elemen yang paling penting, yaitu. H. frekuensi penggunaannya dan kecepatannya dapat membuat seolah-olah jarak tidak diperhitungkan, dengan kata lain membuat Anda merasa dekat. Selain lalu lintas, infrastruktur bebas

hambatan juga mencakup jalan, jembatan, terminal, stasiun kereta api, dan bandara. Infrastruktur ini berfungsi untuk menghubungkan satu tempat dengan tempat lainnya. Kehadiran infrastruktur transportasi mempengaruhi transportasi itu sendiri. Kondisi infrastruktur yang baik memastikan kecepatan transportasi yang optimal.

c. Fasilitas (*amenities*)

Jasa ini tidak lepas dari akomodasi sebagai perhotelan, karena tanpa akomodasi pariwisata tidak akan pernah ada kenaikan. Jasa pariwisata merupakan hal yang mendukung terciptanya rasa nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

Sedangkan menurut Cooper et al. (2006) terdapat empat komponen atau produk yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata yaitu :

- a. Atraksi (*attractions*) seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan.
- b. Aksesibilitas (*accessibilities*) seperti transportasi umum dan adanya terminal.
- c. Amenitas atau fasilitas (*amenities*) seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan.
- d. *Ancillary services* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk untuk pelayanan wisatawan seperti organisasi manajemen pemasaran wisata.

6. Tata Ruang Pariwisata

Pembangunan objek wisata merupakan salah satu bentuk pemanfaatan ruang kawasan tertentu atau kawasan khusus yang dirancang guna pengembangan agrowisata berwawasan lingkungan, sehingga diperlukan adanya perencanaan penatagunaan lahan pada wilayah yang akan dibangun. Menurut Catanese dalam Khadiyanto (2005), tidak pernah ada rencana tataguna lahan yang dilaksanakan dengan suatu gebrakan. Diperlukan waktu yang panjang oleh pembuat keputusan dan dijabarkan dalam bagian-bagian kecil dengan perencanaan yang baik.

Selanjutnya Khadiyanto (2005) memerinci 4 (empat) kategori alat-alat perencanaan tata guna lahan, antara lain:

- a. Penyediaan fasilitas umum Fasilitas umum diadakan terutama melalui program perbaikan modal dengan cara melestarikan sejak dini menguasai lahan umum dan daerah milik jalan (damija).
- b. Peraturan-peraturan pembangunan Ordonansi yang mengatur pendaerahan (*zoning*), peraturan tentang pengaplingan, dan ketentuan-ketentuan hukum lain mengenai pembangunan, merupakan jaminan agar kegiatan pembangunan oleh sektor swasta mematuhi standar dan tidak me-nyimpang dari rencana tata guna lahan.
- c. Himbauan, kepemimpinan dan koordinasi Sekalipun sedikit lebih informal dari pada program perbaikan modal atau peraturan-peraturan pembangunan, hal tersebut dapat menjadi lebih efektif untuk menjamin agar gagasan-gagasan, data, informasi dan riset mengenai pertumbuhan dan perkem-bangan masyarakat dan masuk dalam pembuatan keputusan kalangan developer swasta dan juga instansi pemerintah yang melayani kepentingan umum.
- d. Rencana tata guna lahan
Rencana sudah merupakan suatu alat yang digunakan untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan serta saran-saran yang dikandungnya selama itu semua terbuka dan tidak basi sebagai arahan yang secara terus-menerus untuk acuan pengambilan keputusan baik kalangan pemerintah maupun swasta. Suatu cara untuk melakukan hal itu adalah dengan cara mengevaluasi, menyusun dan mengesahkan kembali, rencana tersebut dari waktu ke waktu. Cara lain yang digunakan yaitu dengan menciptakan rangkaian berkesinambungan antara rencana tersebut dengan perangkat-perangkat pelaksanaan untuk mewujudkan rencana tersebut.

Disebutkan pula oleh Kadhiyanto (2005), bahwa rencana budidaya merupakan indikasi dari kehendak lingkungan masyarakat tentang model budidaya lingkungan apa yang harus dilakukan di masa depan. Rencana tersebut mendefinisikan area yang akan digunakan untuk

berbagai jenis, kepadatan dan intensitas kategori penggunaan, seperti penggunaan perumahan, komersial, industri dan berbagai kebutuhan umum. Dalam pengembangan wisata ekologi di Salatiga harus memperhatikan kondisi ruang yang tersedia, luas lahan yang ada dan perlunya batas-batas yang jelas serta kesepakatan pemanfaatan lahan untuk pengembangan vegetasi menjadi ruang hijau dan manfaat lainnya..

Ruang terbuka hijau merupakan paru-paru alami pada suatu wilayah tertentu yang harus dipertahankan demi kesinambungan ekosistem setempat. Ruang terbuka hijau merupakan menyeimbangkan ekosistem setempat dengan segala aktifitasnya. Mempertahankan ruang terbuka hijau secara keseluruhan merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas lingkungan hidup yang berkelanjutan.

Dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1992 Tentang Penataan Ruang disebutkan bahwa tergapainya pemanfaatan ruang yang berkualitas dimaksudkan untuk:

- a. Melahirkan kehidupan bangsa yang cerdas berbudi luhur, dan sejahtera;
- b. Melahirkan keterpaduan dalam penggunaan sumberdaya alam dan sumberdaya buatan dengan memperhatikan sumberdaya manusia;
- c. Meningkatkan pemanfaatan sumberdaya alam dan sumberdaya buatan secara berdaya guna, berhasil guna dan tepat guna untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia;
- d. Mewujudkan penjagaan fungsi ruang dan mencegah serta menanggulangi dampak negatif terhadap lingkungan;
- e. Mewujudkan keseimbangan kepentingan kesejahteraan dan keamanan.
- f. Proses dan prosedur perencanaan tata ruang dilaksanakan secara terpisah dan terpadu

Penyusunan rencana tata ruang selalu harus dilandasi pemikiran perspektif menuju ke keadaan pada masa depan yang didambakan, bertitik tolak dari data, informasi, ilmu pengetahuan dan teknologi yang dapat dipakai, serta memperhatikan keragaman wawasan kegiatan tiap sektor. Perkembangan masyarakat dan lingkungan hidup berlangsung secara dinamis. Ilmu pengetahuan dan teknologi pun berkembang pesat seiring dengan berjalannya waktu (Budihardjo, 1997). Selanjutnya Budihardjo (1997), menegaskan bahwa ruaiing sebagai sumber daya alam tidak mengienal batias. Namun, jika menyangkut organisasi dan penataan ruang, batas, fungsi, dan sistem dalam suatu unit harus jelas. Perencanaan wilayah dalam kaitannya dengan pembangunan daerah memiliki peran yang sangat krusial. Dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1992 Tentang Penataan Ruang , dikemukakan bahwa, pelaksanaan pembangunan, baik di tingkat pusat maupun tingkat daerah, harus sesuai dengan rencana tata ruang yang telah ditetapkan.

7. Kepuasan Wisatawan

a. Prinsip Kepuasan Wisatawan

Prinsip utama kepuasan adalah perbandingan antara apa yang diekspektasikan atau diharapkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh pengunjung. Artinya kepuasan itu adalah perbandingan antara kinerja dan harapan, jika kinerja jasa yang dirasakan lebih tinggi dari harapan maka wisatawan akan merasa puas atau senang. Sebaliknya jika kinerja yang dirasakan lebih rendah dari harapan, wisatawan akan kecewa atau tidak puas (*discontentedness/unsatisfaction*). Jika wisatawan datang dengan harapan yang kurang, maka wisatawan akan semakin puas, sebaliknya mereka akan kecewa.

Dalam pariwisata, dinamika menawarkan penigalaman dan kepuasan yang berbeda-beda tergantung dimana tujuan wisata itu berada dan

apa yang dilakukan wisatawan disana. Oleh karena itu, ukurannya adalah serangkaian komentar yang dibuat oleh wisatawan tentang semua aspek kualitas destinasi, bagaimana mereka menilai kualitas layanan destinasi, bagaimana wisatawan diperlakukan, dan bagaimana perasaan mereka tentang destinasi tersebut. Kepuasan wisatawan sepenuhnya dijelaskan oleh pemasar dan menyoroti empat aspek kunci dalam membentuk kepuasan wisatawan: (1) respon kognitif; (2) respon emosional; (3) menanggapi ekspektasi produk dan pengalaman konsumen; dan (4) merespon biaya, ekspektasi dan respon pada setiap tahapan (Suwena & Widiyatmaja, 2017).

b. Indikator Kepuasan Wisatawan

Menurut Hawkins dan Lonney (1997) dalam Tjiptono (2015) indikator kepuasan pengunjung terdiri dari:

(1) Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

- a) Layanan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

(2) Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kemauan konsumen untuk menggunakan lagi atau melakukan penggunaan ulang terhadap layanan terkait meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata memuaskan.
- b) Berminat untuk menggunakan kembali karena terdapat nilai dan manfaat yang didapatkan setelah memakai layanan tersebut.

- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan pihak wisata memadai.
- (3) Kesiapan Merekomendasikan
- Merupakan kesiapan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi:
- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan karena pelayanan memuaskan.
 - b) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah menggunakan layanan jasa.

c. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kotler & Keller (2016) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan konsumen.

(1) Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan lain-lain.

(2) *Ghost shopping (Mystery shopping)*

Suatu cara untuk memperoleh bagaimana gambaran kepuasan yaitu dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing.

(3) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

(4) Survei kepuasan konsumen

Sebagian cara dari riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *e-mail*, *website*, maupun wawancara langsung.

Pengukuran kepuasan konsumen pada penelitian ini menggunakan survei kepuasan. Hal ini dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen diukur melalui metode survei salah satunya dengan wawancara. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya. Hasil data yang diperoleh dari wawancara selanjutnya dianalisis dengan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

8. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Kotler dalam Alma (2007) terdapat lima determinan kualitas jasa disingkat dengan TERRA yaitu :

- a. *Tangible* (berwujud), yaitu mengenai penampilan fasilitas secara fisik, berbagai peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat lancar.
- b. *Emphaty* yaitu kemauan para karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli dalam memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- c. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kesediaan dari karyawan dan pihak pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.

- d. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat dan konsisten.
- e. *Assurance* (kepastian) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

9. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi adalah nilai ekonomi yang terkandung dalam suatu sumber daya alam, baik nilai guna maupun nilai fungsional yang harus diperhitungkan dalam menyusun kebijakan pengelolaannya sehingga alokasi dan alternatif penggunaannya dapat ditentukan secara benar dan mengenai sasaran. Valuasi ekonomi dilaksanakan karena sumberdaya alam bersifat *public good*, terbuka dan tidak mengikuti hukum kepemilikan dan tidak terdapat mekanisme pasar yang dimana harga dapat berperan sebagai instrumen penyeimbang antara penawaran dan permintaan selain itu manusia dipandang sebagai *homoeconomicus* yang cenderung memaksimalkan manfaat total (Putrantomo, 2011).

Peran evaluasi ekonomi dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup sangat penting untuk menentukan kebijakan pembangunan. Penurunan kualitas sumber daya alam dan lingkungan hidup merupakan masalah ekonomi, kemampuan sumber daya alam tersebut untuk menghasilkan barang dan jasa semakin menurun, terutama bagi sumber daya alam yang tidak dapat dikembalikan seperti semula (*irreversible*). Oleh karena itu, kuantifikasi manfaat (*benefit*) dan kerugian (*cost*) harus dilakukan agar proses pengambilan keputusan dapat berjalan dengan melihat dari aspek keadilan (*fairness*). Tujuan valuasi ekonomi mulanya adalah untuk membantu pengambil keputusan dalam meramalkan efisiensi ekonomi (*economic efficiency*) dari berbagai pemanfaatan yang mungkin dilakukan (Soemarno, 2010).

10. Nilai Ekonomi Pariwisata

Persepsi seseorang dapat dinilai melalui harga yang diberikan seseorang terhadap sesuatu pada tempat dan waktu tertentu. Menurut Fauzi (2006), nilai didefinisikan dalam bentuk *utility* yakni pengukuran metrik dari kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi barang atau jasa atau bahkan hanya ikut berperan dalam kegiatan yang diperoleh dari jasa lingkungan. *Utility* adalah suatu indikator yang sulit diukur meskipun sebagian besar bisa diturunkan dari keinginan membayar seseorang atas barang dan jasa yang diinginkan. Oleh karena itu, untuk menghubungkan hal tersebut, nilai diukur dalam unit yang bisa diterima semua pihak, yakni nilai moneter dari barang dan jasa tersebut. Nilai ekonomi suatu ekosistem dikategorikan dalam nilai pasar dan non pasar. Nilai pasar adalah nilai barang dan jasa yang diperoleh dengan cara membayar. Nilai non pasar adalah nilai yang tidak secara umum diperjual belikan dan tidak bisa diturunkan dari harga pasar.

11. Metode Biaya Perjalanan/*Travel Cost Method* (TCM)

Menurut Ward et. al, 2000 (dalam Rahardjo, 2002) metode penilaian khususnya untuk mengukur nilai ekonomi wisata alam yang paling banyak dipakai adalah metode biaya perjalanan (*travel cost method*). Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) sebagai suatu metode yang digunakan untuk menilai suatu sumberdaya yang tidak memiliki nilai pasar (*non-market resources*) dapat memodelkan permintaan terhadap jasa lingkungan yang berupa kegiatan rekreasi (Haab dan McConnell, 2002 dalam Firandari et al., (2009). *Travel Cost Method* terdapat dua (2) tipe pendekatan, antara lain :

- a. Zonal Travel Cost Method (ZTCM), estimasi TCM berdasarkan data yang berhubungan dengan zona asal pengunjung (pengelompokan zona asal). Persamaan ZTCM, yaitu :

$$V_{hj}/N_h = f (P_{hj}, SOCh, SUB_h) \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

V_{hj}/N_h = tingkat partisipasi zona h (kunjungan perkapita ke lokasi (wisata j)

Ph_j = biaya perjalanan dari zona h ke lokasi j

$SOCh$ = vector dari karakteristik sosial ekonomi zona h

$SUBh$ = vector dari karakteristik lokasi rekreasi substitusi untuk individu di zona h.

- b. *Individual Travel Cost Method* (ITCM), estimasi CVM berdasarkan data survey dari setiap individu (pengunjung), bukan berdasarkan pengelompokan zona. *Individual Travel Cost Method* (ITCM) lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei & teknik statistika. Kelebihannya hasil yang relatif lebih akurat daripada metode zonasi. Hipotesis yang dibangun oleh *Individual Travel Cost Method* yaitu kunjungan ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan (diasumsikan berkorelasi negatif), sehingga diperoleh kurva permintaan yang memiliki kemiringan negatif . Secara sederhana fungsi permintaan ITCM dapat ditulis sebagai berikut :

$$V_{ij} = f (c_{ij} , T_{ij} , Q_{ij} , S_{ij} , M_i) . \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

V_{ij} = jumlah kunjungan oleh individu i ke objek wisata

C_{ij} = biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi objek wisata j

T_{ij} = biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi objek wisata j

Q_{ij} = persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

S_{ij} = karakteristik objek wisata substitusi yang mungkin ada di tempat lain,

M_i = pendapatan dari individu i (Fauzi, 2006).

Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. TCM dapat dipakai untuk estimasi manfaat atau biaya ekonomi yang dihasilkan dari : 1) Perubahan biaya akses untuk suatu lokasi wisata. 2) Eliminasi lokasi wisata yang ada. 3) Penambahan lokasi wisata baru. 4) Perubahan kualitas lingkungan pada suatu lokasi wisata (Fauzi, 2006).

12. Konsep Dampak

Secara umum, dampak dipahami sebagai adanya hubungan sebab akibat antara asosiasi dengan objek tertentu. Oleh karena itu, dampak juga dapat dipahami sebagai akibat dari suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia terhadap suatu obyek. Selain itu, tergantung dari bentuk dan sifat pengaruhnya, dampak dapat dimaknai sebagai suatu perubahan yang terjadi setelah ada kegiatan seseorang (individu) dan oleh kelompok orang secara kooperatif. Secara etimologis, kata “dampak” berarti pelanggaran, tabrakan, atau benturan. Selanjutnya, Soemarwoto mengemukakan bahwa dampak adalah suatu proses timbulnya atau timbul penceimaran baik dari lingkungan fisik maupun sosial, yang mengakibatkan kemerosotan kualitas dan terganggunya kesehatan dan ketenteraman makhluk hidup, termasuk manusia (Hamsari, 2009).

13. Dampak Objek Wisata

Tempat wisata tentu memiliki dampak terhadap lingkungan sekitarnya. Hal ini dikatakan oleh Gee, C. Y. (1989) dalam bukunya yang berjudul “*The Travel Industry*”, mengatakan bahwa “*as tourism grows and travelers increases, so does the potencial for both positive and negative impacts*”. (Gee mengatakan adanya dampak atau pengaruh yang positif maupun negatif karena adanya pengembangan pariwisata dan kunjungan wisatawan yang meningkat). Masyarakat dalam lingkungan suatu objek wisata sangatlah penting karena mereka memiliki kultur yang dapat menjadi daya tarik wisata, dukungan masyarakat terhadap tempat

wisata berupa sarana kebutuhan pokok untuk tempat objek wisata, tenaga kerja yang memadai dimana pihak pengelola objek wisata dan memuaskan masyarakat yang memerlukan pekerjaan dimana membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih baik. Dampak pariwisata merupakan perubahan-perubahan yang terjadi terhadap lingkungan hidup sebelum adanya kegiatan pariwisata dan setelah adanya kegiatan pariwisata baik langsung maupun tidak langsung yang berupa dampak fisik dan non fisik (Pitana & Gayatri, 2005). Pariwisata memberikan kontribusi di sektor akomodasi seperti hotel, rumah makan, dan perdagangan produk daerah seperti cinderamata atau oleh-oleh berupa pangan khas tradisional. Selain itu, para wisatawan juga membutuhkan konsumsi selama melakukan kegiatan wisata. Sehingga berdasarkan uraian diatas maka, dampak-dampak yang terjadi ketika pariwisata telah di buka untuk umum itu sangat berpengaruh kepada masyarakat sekitar ketika memberikan kontribusi atau sumbangsih yang bagus maupun kurang bagus.

14. Dampak Ekonomi Pariwisata

Menurut Dixon et al (2013) menjelaskan dalam konsep dampak ekonomi, masyarakat lokal dapat memperoleh keuntungan jika pengeluaran dari non-lokal warga dimasukkan sebagai tambahan ke dalam ekonomi lokal. Sedangkan dalam teorinya (Ganster & Gámez, 2012) memaparkan terdapat hubungan positif antara pariwisata dengan pertumbuhan perekonomian di suatu Negara baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa perekonomian internasional dapat maju jika pariwisata dikembangkan. Sedangkan dalam teorinya Astuti (2010) mengenai dampak ekonomi internasional terhadap hubungan dengan sektor pariwisata dibagi menjadi dua dampak inti, yakni yang pertama membahas mengenai perdagangan yang sangat memungkinkan sekali transaksi ekspor-impor, yang kedua merupakan efek redistribusi yang membahas mengenai kecenderungan wisatawan asing dari negara maju dan berpendapatan tinggi membelanjakan uang mereka pada

destinasi wisata yang dituju pada negara berkembang yang berpendapatan rendah.

Menurut Cohen (1984) ada delapan kategori dampak positif pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal, diantaranya:

a. Dampak terhadap pendapatan pemerintah

Dampak yang di timbulkan langsung dari adanya pariwisata di suatu daerah dapat dilihat dari pemasukan yang diperoleh melalui pajak atau retribusi dari fasilitas yang telah di sediakan berupa penyediaan jasa (Astuti, 2010)

b. Dampak terhadap kepemilikan dan kontrol

c. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya

d. Dampak terhadap penerimaan devisa

Penerimaan sumbangan devisa karna adanya pariwisata di suatu daerah cukup memberikan pengaruh besar melebihi pendapatan Negara yang diperoleh dari sektor lainnya. Oleh karena itu, sektor pariwisata terus-menerus dilakukan pengembangan.

e. Dampak terhadap peluang kerja Adanya pembangunan pariwisata di suatu daerah dapat mendorong lahirnya peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Dimana ketika pembangunan dilakukan akan menimbulkan banyak potensi usaha yang hadir beriringan dengan adanya pembangunan wisata tersebut.

f. Dampak terhadap harga-harga

Harga yang di tetapkan pada suatu kawasan pariwisata cenderung lebih mahal dibandingkan yang berlokasi jauh dari kawasan wisata, karena mengikuti harga sewa tanah atau sewa tempat yang ikut naik akibat adanya pengembangan menjadi kawasan wisata di suatu daerah.

g. Dampak terhadap *income* masyarakat

Jumlah penghasilan yang diperoleh oleh penduduk dari apa yang ia usahakan atau dari prestasi kerjanya selama satu periode waktu tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan dinamakan pendapatan.

Selain dampak positif, menurut Dhiajeng (2013) adanya pariwisata juga dapat menimbulkan dampak yang merugikan bagi masyarakat diantaranya sebagai berikut:

- a. Dapat mendorong biaya eksternal lainnya seperti biaya kebersihan lingkungan dan perawatan fasilitas yang tersedia.
- b. Terlambatnya return modal
- c. Produksi musiman. Pariwisata di suatu daerah tergantung dari musim, sehingga produsen yang hanya mengandalkan kehidupannya pada industry pariwisata akan mengalami masalah finansial.
- d. Peningkatan impor. Pengusaha harus menyesuaikan dengan permintaan wisatawan dengan cara mengimpor produk dan jasa yang dibutuhkan.
- e. Ketergantungan terhadap industry pariwisata yang dapat menyebabkan masyarakat menjadikan pariwisata di daerahnya menjadi inti dari kehidupan mereka.
- f. Terjadi inflasi dan lahan. Lahan disekitar pariwisata cenderung sangat tinggi untuk diperjual belikan, sehingga akan menjadi ancaman bagi masyarakat.

Perkembangan objek wisata memberikan dampak langsung, dampak tidak langsung dan dampak lanjutan bagi perekonomian masyarakat sekitar lokasi objek wisata. Dampak ekonomi ini akan dapat diukur dengan menggunakan efek pengganda (*multiplier*) dari arus uang yang terjadi. Pengukuran dampak perkembangan wisata terhadap perekonomian masyarakat lokal terdapat dua tipe pengganda, yaitu (*Marine Ecotourism for Atlantic Area* (META, 2001):

Keynesian Local Income Multiplier Effect, yaitu nilai yang menunjukkan berapa besar pengeluaran pengunjung berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal, dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Keynesian Income Multiplier} = \frac{D+N+U}{E} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

E = Pengeluaran pengunjung (Rupiah)

D = Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari E (Rupiah)

N = Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari E
(Rupiah)

U = Pendapatan lokal yang diperoleh secara *induced* dari E (Rupiah)

Ratio Income Multiplier, yaitu nilai yang menunjukkan seberapa besar dampak langsung yang dirasakan dari pengeluaran pengunjung berdampak terhadap perekonomian lokal. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe I} = \frac{D+N}{D} \dots\dots\dots(4)$$

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe II} = \frac{D+N+U}{D} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

D = Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari E (Rupiah)

N = Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari E
(Rupiah)

U = Pendapatan lokal yang diperoleh secara *induced* dari E (Rupiah)

15. Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu memberikan gambaran kepada penulis tentang penelitian sejenis yang sudah dilakukan, sehingga dapat dijadikan referensi bagi penulis dalam penentuan metode yang digunakan dalam menganalisis data penelitian terdahulu yang memiliki persamaan dan perbedaan dalam hal komoditas, waktu, tempat dan metode penelitian. Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi bagi peneliti untuk menjadi pembanding antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya, serta untuk mempermudah dalam pengumpulan data.

Berdasarkan hasil penelitian (Tangkere & Sondak, 2017), wisatawan Puncak Temboan sudah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata Puncak Temboan yaitu pada tingkat 75.59 %.

Komponen atau indikator kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dengan kinerja yang rendah dan masuk ke dalam kategori prioritas utama untuk ditingkatkan perlu mendapat perhatian yang lebih khusus dari pengelola.

Penilaian wisatawan, pelaku usaha, dan tenaga kerja terhadap kondisi objek wisata berada pada peringkat sedang dan baik kecuali pada aspek pengelolaan objek wisata. Nilai *Keynesian Local Income Multiplier* di pantai Watu Dodol sebesar 1,64, nilai Ratio Income Multiplier Tipe I sebesar 2.46, dan nilai Ratio Income Multiplier Tipe II sebesar 1.36. Pantai Watu Dodol memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat (Putra dan Wijayanti, 2017).

Hasil penelitian Wijono (2014), tingkat kepuasan pengunjung obyek wisata pantai kuwaru diperoleh nilai 3,98 yang berada pada kriteria 3,40 – 4,19 artinya pengunjung obyek wisata pantai kuwaru berada pada kategori “Puas”. Faktor yang dominan mempengaruhi kepuasan pengunjung obyek wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta tersebut yaitu : factor tempat parkir (4,08) memberikan tingkat kepuasan tertinggi, disusul factor cinderamata (4,03) dan SAR (4,00), sedangkan factor yang tingkat kepuasannya paling rendah adalah faktor retribusi/biaya masuk obyek wisata (3,84)

Terdapat enam faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung dalam daya tarik wisata tersebut. Tingkat kepuasan pengunjung berada pada nilai 3,89 pada kriteria 3,40 - 4,19 yang masuk dalam kategori puas dan faktor keindahan pemandangan memberikan sumbangan tingkat kepuasan tertinggi dengan nilai 4,08. Kemudian faktor kondisi jalan dan akses atau kemudahan dengan nilai 3,99, sedangkan faktor yang memberi tingkat sumbangan terhadap kepuasan terendah adalah faktor kondisi keamanan atau kenyamanan daya tarik wisata dengan nilai 3,73 (Syafitri et al., 2021).

Menurut penelitian Al-Khoiriah et al (2017), Faktor-faktor yang mempengaruhi Jumlah kunjungan responden taman wisata Pulau Pahawang adalah jarak dan biaya perjalanan (*travel cost*).

Hasil penelitian Subardin & Yusuf (2011),Tingkat kunjungan dipengaruhi, jumlah penduduk, penghasilan per bulan, biaya perjalanan, dan pendidikan

Besar nilai surplus konsumen Kusuma Agrowisata setiap pengunjung per tahun adalah Rp. 1.373.113,17,-. Nilai total ekonomi wisata Kusuma Agrowisata per tahun adalah sebesar Rp. 419.623.385.898,00,- (Priambodo & Suhartini, 2016).

Hasil penelitian Ayuningtyas & Dharmawan (2011), ekowisata berdampak negatif pada Citalahab Central khususnya pada segi sosial dan ekologi. Adanya ekowisata mengakibatkan terjadinya konflik akibat ketidakikutsertaan penduduk pada kegiatan gotong royong dan pembagian penginapan wisatawan yang kurang adil. Dampak positif yang terjadi yaitu adanya penambahan penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan di sektor ekowisata. Peningkatan pendapatan hanya terjadi di Citalahab Central yang merupakan kampung yang aksesnya dekat dengan ekowisata dan merupakan pusat kegiatan wisatawan.

Hasil penelitian Safuridar & Andiny (2019), tentang pengembangan wisata *mangrove* dapat meningkatkan aktivitas masyarakat. Efek lainnya antara lain menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan, meningkatkan kesejahteraan, menyediakan fasilitas umum, meningkatkan PAD dan lain-lain. Padahal munculnya konflik sosial di masyarakat berdampak paling kecil terhadap perkembangan hutan *mangrove*. Keberadaan hutan *mangrove* sangat mendukung tingkat perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Dari segi ekonomi, hutan *mangrove* merupakan sumber pendapatan bagi hasil hutan yang bernilai ekonomis.

Berkembangnya kawasan wisata Kebun Petik Jeruk memberikan dampak positif bagi kegiatan ekonomi masyarakat kota. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat melalui pembukaan sarana agrowisata Petik Jeruk yang dikelola oleh Suwaji Selorejo atas nama desa memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat, termasuk terciptanya lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Banyak masyarakat yang tinggal di desa Selorejo membuka usaha seperti perusahaan makanan, perusahaan perbengkelan, toko sembako, dll. (Budi & Muchsin, 2020).

Hasil penelitian Mahardika et al. (2020), faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan adalah biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jarak.

Hasil Penelitian Fitriana et al. (2017), frekuensi kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk dipengaruhi oleh biaya perjalanan, umur, pendapatan, keadaan hutan *mangrove*, fasilitas, pelayanan, daya tarik dan hari kunjungan wisata, kunjungan wisata, dan nilai ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk adalah Rp10.606.271.602 per tahun.

Menurut penelitian Arifa et al. (2019), faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan kawasan wisata Pulau Pisang adalah jarak, umur, dan biaya perjalanan (*travel cost*). Nilai ekonomi kawasan wisata Pulau Pisang menggunakan metode *Travel Cost Method* sebesar Rp80.503.202.900.000,00 pertahun.

Hasil Penelitian Ikhsan et al. (2017) menunjukkan bahwa persepsi dari pengunjung, pelaku usahadan tenaga kerja secara berturut-turut adalah cukup baik dan baik serta nilai *multiplier effect* sebesar 2.6 untuk Keynesian Income Multiplier, 1 untuk Ratio Income Multiplier tipe I, dan 1.19 untuk Ratio Income Multiplier tipe I.

Kondisi sarana dan prasarana di KKLS mempengaruhi kepuasan yang dirasakan wisatawan. Sarana dan prasarana yang memiliki kondisi baik (kualitas baik) memberikan kepuasan kepada wisatawan. Tingkat

kepuasan wisatawan terhadap kualitas sarana dan prasarana di KLS diperoleh dari hasil kuisisioner dengan 4 variabel utama yaitu sarana pokok, sarana pelengkap, sarana penunjang, dan prasarana umum (Puspitasari & Sastrawan, 2020). Hasil kuisisioner menjelaskan bahwa wisatawan paling puas dengan prasarana jalan pedestrian, hal tersebut berbanding lurus dengan kondisi jalan pedestrian KKLS yang tertata, indah, dan lengkap. Berikut penelitian terdahulu yang dijadikan referensi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon (Tangkere dan Sondak, 2017).	Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di obyek wisata sehingga dapat memperbaiki atau mengembangkan kualitas pelayanan lebih baik lagi.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Secara umum pengunjung objek wisata Puncak Temboan sudah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata Puncak Temboan yaitu pada tingkat 75.59 %. Indikator kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dengan kinerja yang rendah dan masuk ke dalam kategori prioritas utama untuk ditingkatkan perlu mendapat perhatian yang lebih khusus dari pengelola.
2	Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta (Wijono, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik pengunjung Pantai Kuwaru Sanden Yogyakarta. 2. Tingkat kepuasan pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Yogyakarta. 	Analisa rata-rata hitung,	Tingkat kepuasan pengunjung obyek wisata pantai kuwaru diperoleh nilai 3,98 yang berada pada kriteria 3,40 – 4,19 artinya pengunjung obyek wisata pantai kuwaru berada pada kategori “Puas”.

Lanjutan Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
3	Analisis Dampak Berganda (<i>Multiplier Effect</i>) Objek Wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi (Putra dkk, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis persepsi pengunjung, pelaku usaha, dan tenaga kerja tentang objek wisata pantai Watu Dodol, 2. Menganalisis dampak kegiatan di objek wisata pantai Watu Dodol terhadap perekonomian masyarakat setempat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Analisis <i>multiplier effect</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penilaian wisatawan, pelaku usaha, dan tenaga kerja terhadap kondisi objek wisata berada pada peringkat sedang dan baik kecuali pada aspek pengelolaan objek wisata. 2. Nilai Keynesian Local Income Multiplier di pantai Watu Dodol sebesar 1,64, nilai Ratio Income Multiplier Tipe I sebesar 2.46, dan nilai Ratio Income Multiplier Tipe II sebesar 1.36. Pantai Watu Dodol memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat sekitar.
4	Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Kebun Raya Balikpapan (Syafitri et al., 2021).	Mengetahui tingkat kepuasan pengunjung daya tarik wisata Kebun Raya Balikpapan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta menentukan faktor yang paling dominan	Metode penelitian deskriptif kuantitatif berdasarkan data yang didapatkan melalui kuesioner serta teknik analisis data yang digunakan, yakni analisis kuantitatif rata-rata aritmatik.	Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat enam faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung dalam daya tarik wisata tersebut. Tingkat kepuasan wisatawan ada pada nilai 3,89 pada kriteria 3,40 - 4,19 yang masuk dalam kategori puas dan faktor keindahan pemandangan memberikan sumbangan tingkat kepuasan tertinggi dengan nilai 4,08. Selanjutnya keadaan jalan dan akses atau kemudahan dengan nilai 3,99, sedangkan faktor yang memberi tingkat sumbangan terhadap kepuasan paling rendah adalah faktor kondisi keamanan atau kenyamanan daya tarik wisata dengan nilai 3,73.

Lanjutan Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
5	Valuasi Ekonomi Dengan Metode <i>Travel Cost</i> Pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran (Al-Khoiriah et al 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan di taman wisata Pulau Pahawang. 2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Jumlah kunjungan pengunjung taman wisata Pulau Pahawang. 3. Mengetahui nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang berdasarkan analisis biaya perjalanan (<i>travel cost</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode analisis data menggunakan metode <i>Travel Cost</i>. 2. Analisis liner berganda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rata-rata biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung adalah sebesar Rp 459.726,-. 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Jumlah kunjungan responden taman wisata Pulau Pahawang adalah jarak dan biaya perjalanan (<i>travel cost</i>). 3. Nilai ekonomi adalah sebesar Rp 6,944 triliun.
6	Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode <i>Travel Cost</i> Pada Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang. (Subardin dan Yusuf, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk melihat kesediaan untuk membayar dari seseorang terhadap suatu komoditi yang diperdagangkan dengan harapan mendapatkan <i>utility</i> maksimum. 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisata. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Metode deskriptif kuantitatif 4. Analisis data menggunakan Metode <i>Travel Cost</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh rata-rata kesediaan berkorban per kunjungan sebesar Rp.4.288,02, nilai yang dikorbankan Rp.622,38 per kunjungan penduduk dan surplus konsumen sebesar Rp.3.665,64 per kunjungan. 2. Tingkat kunjungan dipengaruhi, jumlah penduduk, penghasilan per bulan, biaya perjalanan, dan pendidikan.

Lanjutan Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
7	Dampak Ekowisata Terhadap Kondisi Sosio-Ekonomi Dan Sosio-Ekologi Masyarakat Di Taman Nasional Gunung Halimun Salak (Ayuningtyas dan Dharmawan, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menentukan dampak sosio-ekonomi diterima oleh masyarakat lokal karena adanya ekowisata. 2. Menentukan dampak sosio-ekologis yang diterima oleh daerah karena adanya ekowisata masyarakat. 	Deskriptif Kualitatif	Ekowisata berdampak negatif pada Citalahab Central khususnya pada segi sosial dan ekologi. Adanya ekowisata mengakibatkan terjadinya konflik akibat ketidakikutsertaan penduduk pada kegiatan gotong royong dan pembagian penginapan wisatawan yang kurang adil. Dampak positif yang terjadi yaitu adanya penambahan penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan di sektor ekowisata. Peningkatan pendapatan hanya terjadi di Citalahab Central yang merupakan kampung yang aksesnya dekat dengan ekowisata dan merupakan pusat kegiatan wisatawan.
8	Valuasi Ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur Economic Valuation of Kusuma Agrowisata Batu City, East Java. (Priambodo dan Suhartini, 2016)	Mengetahui nilai ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode deskriptif Kuantitatif 2. Analisis data <i>Individual Travel Cost</i> 	Besar nilai surplus konsumen Kusuma Agrowisata setiap pengunjung per tahun adalah Rp. 1.373.113,17,-. Nilai total ekonomi wisata Kusuma Agrowisata per tahun adalah sebesar Rp. 419.623.385.898,00,-.
9	Dampak Pengembangan Ekowisata Hutan Mangrove terhadap Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Desa Kuala Langsa, Aceh	Mengetahui dampak sosial dan ekonomi terhadap pengembangan Ekowisata Hutan Mangrove di Kota Langsa.	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya pengembangan ekowisata hutan mangrove ini bisa meningkatkan aktivitas masyarakat. Dampak-dampak lainnya yaitu memberikan lapangan kerja, menaikkan pendapatan, meningkatkan kesejahteraan, menyediakan fasilitas umum, meningkatkan PAD, dan lain-lain. Keberadaan hutan mangrove sangat

Lanjutan Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
	(Safuridar dan Andiny, 2020)			menunjang tingkat perkembangan sosial dan perekonomian masyarakat di sekitarnya. Dari segi ekonomis, hutan mangrove adalah sumber penghasilan produk dari hasil hutan yang bernilai ekonomis tinggi
10	Dampak Sosial Ekonomi Pengembangan Kawasan Destinasi Agrowisata Petik Jeruk (Studi Kasus di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang) (Budi & Muchsin, 2020).	Untuk mengetahui dampak sosial dan ekonomi destinasi kawasan Agrowisata Petik Jeruk terhadap masyarakat di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.	Deskriptif Kualitatif	Pengembangan destinasi kawasan agrowisata petik jeruk memberikan dampak positif terhadap aktivitas perekonomian masyarakat. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan dibukanya objek Agrowisata Petik Jeruk yang dikelola bapak Suwaji atas nama desa Selorejo telah memberikan dampak ekonomi masyarakat salah satunya adalah terbukanya lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar. Sebagian orang di Desa Selorejo yang melakukan usaha seperti usaha makanan, usaha bengkel, toko sembako dll. Meningkatkan perekonomian di masyarakat, adanya objek Agrowisata Petik Jeruk juga memberi kontribusi secara langsung terhadap peningkatan pendapatan masyarakat Desa Selorejo.
11.	Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkaji faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. 2. Menganalisis nilai ekonomi Objek Wisata Sentulfresh 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis regresi berganda 2. Analisis biaya perjalanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan adalah biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jarak. 2. Kesiapan membayar tiket masuk sebesar Rp75.367,65 per individu.

Lanjutan Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
	Kabupaten Bogor (Mahardika et al. 2020).	Education Farm di Kabupaten Bogor.	3. Analisis kesediaan membayar 4. Analisis valuasi ekonom	3. Nilai ekonomi Objek Wisata Sentulfresh Education Farm sebesar Rp11.101.412.264,62.
12	Estimasi Permintaan dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara (Fitriana et al, 2017)	Mengetahui faktor yang mempengaruhi banyaknya kunjungan wisatawan, nilai ekonomi dan faktor yang mempengaruhi daya tarik Taman Wisata Alam Angke Kapuk.	1. Analisis deskriptif kuantitatif. 2. Regresi Poisson. 3. Biaya perjalanan (TCM). 4. Partial Least Square.	1. Frekuensi kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk dipengaruhi oleh biaya perjalanan, umur, pendapatan, keadaan hutan mangrove, fasilitas, pelayanan, daya tarik dan hari kunjungan wisata 2. Knjungan wisata. b. Nilai ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk adalah Rp10.606.271.602 per tahun
13	Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat (Arifa et al. 2019).	Menganalisis biaya perjalanan, mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan dan menganalisis nilai ekonomi wisata Pulau Pisang berdasarkan analisis biaya perjalanan	1. Metode deskriptif kuantitatif 2. Analisis biaya perjalanan. 3. Analisis regresi linear berganda.	1. Biaya perjalanan yang dikeluarkan adalah sebesar Rp341.563,39/individu/kunjungan. 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan kawasan wisata Pulau Pisang yaitu jarak, umur, serta biaya perjalanan (travel cost). 3. Nilai ekonomi kawasan wisata Pulau Pisang menggunakan metode Travel Cost Method sebesar Rp80.503.202.900.000,00 pertahun
14	<i>Multiplier Effect</i> Industri Pariwisata Candi MuaraTakus Terhadap Perekonomian Masyarakat di Kecamatan Xii Koto KamparKabupaten	1. Mengidentifikasi karakteristik responden. 2. Mengidentifikasi persepsi pengunjung 3. Mengetahui apakah terdapat Multiplier Effect Industri	Analisis deskriptif, dan analisis dampak berganda (<i>Multiplier Effect</i>)	1. Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata candi muara takus umumnya memiliki usia 17-46 tahun. 2. Persepsi dari pengunjung, pelaku usahadan tenaga kerja secara berturut-turut adalah cukup baik dan baik.

Lanjutan Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
	Kampar (Ikhsan et al. 2017).	pariwisata Candi Muara Takus terhadap perekonomian masyarakat di Kecamatan XII Koto Kampar		3. Nilai <i>multiplier effect</i> sebesar 2.6 untuk Keynesian Income Multiplier, 1 untuk Ratio Income Multiplier tipe I, dan 1.19 untuk Ratio Income Multiplier tipe I
15	Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Sarana dan Prasarana di Kawasan Kota Lama Semarang (Puspitasari & Sastrawan, 2020)	Mengukur tingkat kepuasan wisatawan terhadap sarana dan prasarana, khususnya di KKLS.	Skala Likert	Puspitasari dan Sastrawan, (2020), Kondisi sarana dan prasarana di KKLS mempengaruhi kepuasan yang dirasakan wisatawan. Sarana dan prasarana yang memiliki kondisi baik (kualitas baik) memberikan kepuasan kepada wisatawan. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas sarana dan prasarana di KLS diperoleh dari hasil kuisioner dengan 4 variabel utama yaitu sarana pokok, sarana pelengkap, sarana penunjang, dan prasarana umum. Hasil kuisioner menjelaskan bahwa wisatawan paling puas dengan prasarana jalan pedestrian, hal tersebut berbanding lurus dengan kondisi jalan pedestrian KKLS yang tertata, indah, dan lengkap.

B. Kerangka Pemikiran

Pariwisata merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang langsung melibatkan masyarakat, sehingga dapat memberikan berbagai dampak terhadap masyarakat setempat. Keberhasilan pembangunan pariwisata harus dinilai dan disesuaikan dengan kondisi obyek wisatanya karena masing-masing tempat wisata memiliki daya tarik dan keterbatasan sendiri-sendiri. Salah satu daerah di Provinsi Lampung yang menawarkan pesona alam terutama Wisata Alam Lengkung Langit 2 yang berada di Kelurahan Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandarlampung. Lengkung Langit 2 merupakan objek wisata buatan yang cukup terkenal di Bandar Lampung, Lampung. Objek wisata ini baru diresmikan pada akhir tahun 2020. Taman rekreasi yang menawarkan pemandangan indah dan asri di atas perbukitan. Lokasi wisata alam ini terletak di ketinggian 300 mdpl dengan luas lahannya sebesar 2.400 m². Lengkung Langit 2 menjadi destinasi wisata favorit yang memiliki spot foto terbaik. Satu dari spot foto terfavorit, yaitu gapura khas Kerajaan Mataram. Selain itu, memiliki taman bermain dan berbagai macam *food court* untuk kuliner.

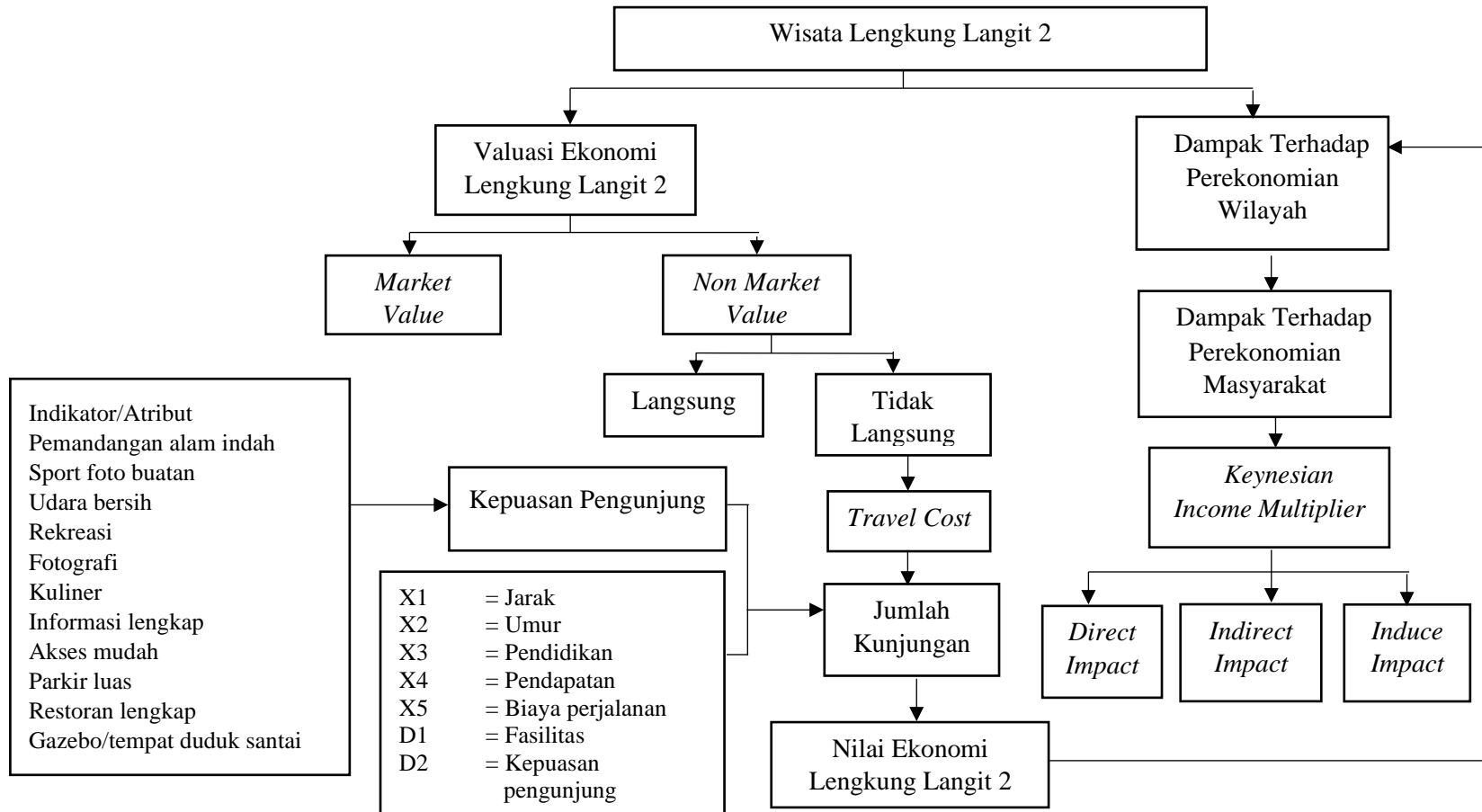
Nilai ekonomi Wisata Lengkung Langit 2 dihitung menggunakan metode *travel cost*, yaitu dengan menghitung biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk menuju Wisata Lengkung Langit 2. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya sewa wahana, dan biaya dokumentasi. Nilai ekonomi Wisata Lengkung Langit 2 per tahun dapat dihitung dari jumlah kunjungan wisatawan.

Pengunjung memiliki peran sebagai penentu keberhasilan suatu tempat wisata. Selain itu, pengunjung memiliki harapan-harapan terhadap kinerja dari Wisata Alam Lengkung Langit 2. Pihak wisata alam perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sebagai upaya terlahirnya kepuasan pengunjung. Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan Wisata Lengkung Langit 2 akan dilakukan dengan metode CSI, Tetapi

secara empirik kepuasan wisatawan dapat dipahami dengan meneliti lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *tangibility* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian). Jika pihak pengelola wisata mampu menjabarkan kelima dimensi tersebut dalam suatu mekanisme pelayanan, maka kepuasan wisatawan lebih mudah diwujudkan atau dengan kata lain harapan pengunjung untuk merasa puas dengan pelayanan wisata akan lebih mendekati kenyataan.

Setiap pembangunan selalu memberikan dampak baik dampak positif maupun dampak negatif. Mengingat konsep dampak yang dimaknai sebagai suatu perubahan yang terjadi setelah adanya kegiatan yang dalam hal ini adalah pembangunan. Demikian juga dalam pembangunan wisata alam terdapat dampak yang dirasakan oleh masyarakat khususnya masyarakat sekitar pembangunan wisata.

Pengembangan Wisata Alam Lengkung Langit 2 tentunya akan mengakibatkan adanya perubahan terhadap pendapatan penduduk yang bekerja di sektor pariwisata dan mengakibatkan adanya *local multiplier effect* yang berupa proses pembangunan fasilitas di wilayah pariwisata yang juga memicu terjadinya pertumbuhan ekonomi sekitar wilayah tersebut. Misalnya, semakin bertumbuhnya kegiatan ekonomi untuk mendukung kegiatan para pekerja, yaitu unit warung, kafe, souvenir, selain itu pertumbuhan ekonomi lokal yang tercipta adalah adanya kegiatan perdagangan dan meningkatnya sektor jasa-jasa yang mendukung kegiatan kawasan wisata. Adanya kegiatan pariwisata mengakibatkan peningkatan ekonomi di sekitar lokasi tersebut dan efek-efek lain yang ditimbulkan, seperti akan tercipta juga titik-titik ekonomi baru. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang yaitu dengan menganalisis dampak Wisata Alam Lengkung Langit 2 terhadap ekonomi wilayah yang ditinjau berdasarkan perekonomian masyarakat. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara rinci dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran tingkat kepuasan pengunjung dan dampak pengembangan wisata Lingsung Langit 2 terhadap perekonomian wilayah

C. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah jarak dan biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan ke wisata alam Lengkung Langit 2, sedangkan umur, pendidikan, pendapatan, fasilitas, dan kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan ke wisata alam Lengkung Langit 2.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode dasar penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian berupa metode survei. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan nyata di lapangan sekarang. Selanjutnya, jenis penelitian yang digunakan adalah metode survei untuk memperoleh informasi dari sampel yang dianggap mewakili populasi. Metode survei adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur berupa kuesioner yang sama melalui wawancara pada beberapa sampel dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2012).

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk menunjang dan menciptakan data akurat yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian dan yang berhubungan dengan penelitian.

Pembangunan adalah proses perubahan yang mencakup seluruh sistem sosial, seperti politik, ekonomi, infrastruktur, pertahanan, pendidikan dan teknologi, kelembagaan, dan budaya

Kawasan adalah wilayah dengan fungsi utama lindung atau budidaya.

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut.

Wisatawan adalah orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungannya itu

Kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Tangible berkaitan dengan kemampuan wisata dalam menunjukkan eksistensinya kepada wisatawan; penampilan sarana dan prasarana fisik yang dimiliki sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan untuk wisatawan.

Realiability yaitu suatu kemampuan pengelola wisata alam dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi pengunjung, yang berarti tepat waktu, pelayanan yang sama bagi setiap wisatawan tanpa menbeda-bedakan.

Responsibility berkaitan dengan kemauan membantu dalam memberikan pelayanan yang cepat tanggao dan tepat kepada pengunjung, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Assurance merupakan hal yang meliputi pengetahuan, kesopanan, kemampuan pihak wisata dalam menimbulkan kepercayaan dari wisatawan terhadap pihak pengelola pantai.

Empaty menunjukkan perhatian tulus yang bersifat individual yang diberi oleh pengelola pantai terhadap wisatawan tersebut.

Atraksi merupakan sebuah daya tarik yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata.

Aktivitas merupakan semua kegiatan yang dilakukan didalam maupun di luar atau di sekitar wisata.

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi.

Amenitas sebagai fasilitas yang mendukung sebuah destinasi wisata.

Customer Satisfaction Indeks (CSI) yaitu digunakan untuk menghitung tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode analisis untuk menilai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan wisatawan terhadap atribut pelayanan.

Valuasi Ekonomi adalah upaya dalam memberikan penilaian terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam (SDA) baik atas nilai non pasar (*Non Market Value*) maupun nilai pasar (*Market Value*)

Nilai ekonomi adalah besarnya nilai atau harga yang dirasakan oleh pengunjung terhadap manfaat tidak langsung yang didapat dari hasil perkalian surplus konsumen per individu per tahun dengan rata-rata kunjungan per tahun.

Surplus konsumen adalah besarnya kerelaan pembeli untuk membayarkan uangnya dikurangi dengan jumlah yang sebenarnya ingin dibayar oleh pembeli.

Biaya perjalanan adalah biaya yang harus di keluarkan oleh seseorang maupun kelompok yang sedang melakukan perjalanan.

Biaya transportasi adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan suatu proses. Biaya transportasi diukur dalam satuan rupiah

Biaya parkir adalah biaya parkir selama berwisata dalam satuan rupiah.

Biaya konsumsi adalah banyaknya uang yang dikeluarkan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang dari aktivitas di luar wisata maupun di dalam wisata, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya Dokumentasi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk penggunaan jasa foto, diukur dalam satuan rupiah

Jumlah Kunjungan adalah jumlah kunjungan pengunjung yang diukur dengan satuan kali kunjungan.

Jarak merupakan jarak dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi Lengkung Langit 2 dalam satuan kilometer.

Umur merupakan usia pengunjung didasarkan pada tanggal lahir pengunjung yang dilakukan pembulatan ke bawah yang dinyatakan dalam satuan tahun.

Tingkat pendidikan adalah pendidikan formal yang ditempuh oleh responden, saat wawancara, diukur dengan satuan waktu pendidikan.

Pendapatan merupakan jumlah seluruh gaji yang diterima anggota keluarga

Fasilitas adalah sarana yang ada di wisata alam Lengkung Langit 2 seperti kamar mandi, parkir dan lainnya.

Fasilitas baik adalah kondisi fasilitas wisata alam Lengkung Langit 2 dalam keadaan baik. Kondisi fasilitas wisata yang baik diukur dengan skor 2.

Fasilitas kurang baik adalah kondisi fasilitas wisata alam Lengkung Langit 2 dalam keadaan kurang baik. Kondisi fasilitas wisata yang kurang baik diukur dengan skor 1.

Aspek Ekonomi adalah aspek geografi sosial yang berkaitan dengan hal-hal ekonomis

Partisipasi adalah keikutsertaan atau keterlibatan seseorang individu atau warga masyarakat dalam suatu kegiatan tertentu.

Masyarakat lokal adalah masyarakat Lengkung Langit 2 yang melakukan aktifitas ekonomi sebagai tenaga kerja dan pengelola unit usaha di Lengkung Langit 2.

Tingkat kebocoran Lengkung Langit 2 adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung wisata alam Bukit Sakura diluar wisata alam Lengkung Langit 2, diukur dalam satuan rupiah

Dampak adalah pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.

Dampak ekonomi adalah perubahan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat yang diakibatkan oleh aktivitas pembangunan wisata alam.

Dampak ekonomi langsung merupakan dampak yang langsung diterima oleh masyarakat berupa pendapatan dari pengeluaran pengunjung.

Dampak ekonomi tidak langsung (*indirect impact*) merupakan dampak yang diperoleh dari pengeluaran unit usaha untuk menjalankan usahanya kembali.

Dampak lanjutan (*induced impact*) merupakan dampak yang diperoleh dari pengeluaran tenaga kerja dan unit usaha.

Multiplier effect (efek berganda) merupakan suatu pengaruh meluas yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan atau aktivitas ekonomi dimana peningkatan pengeluaran nasional mempengaruhi peningkatan pendapatan dan konsumsi.

C. Lokasi, Waktu Penelitian, dan Responden Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Wisata Alam Lengkung Langit 2 di Kelurahan Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandarlampung.

Penentuan lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*). Alasan dipilihnya lokasi penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wisata Alam Lengkung Langit 2 merupakan wisata yang baru dibuka dan memiliki eksistensi yang tinggi .
2. Belum pernah dilakukan penelitian mengenai kepuasan pengunjung dan dampak pengembangan wisata terhadap perubahan lahan dan ekonom masyarakat.

Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Juli 2022-Desember 2022.

Responden wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2 dengan kriteria sudah bekerja. Pertimbangan dan kriteria tersebut, yaitu responden telah mencapai usia dewasa dimana kemampuan mental telah membantu untuk berfikir dan mampu membuat keputusan untuk melakukan perjalanan wisata. Selain itu, responden yang dipilih berwisata ke Lengkung Langit 2 yaitu sebagai tujuan satu-satunya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung wisata alam Lengkung Langit 2 dengan kriteria pengelola, unit usaha, dan wisatawan. Metode pengambilan sampel pada tenaga kerja dan pengelola unit usaha dilakukan secara sensus dimana responden yang diwawancarai berdasarkan populasi atau jumlah yang ada.

Wisatawan harus memiliki tujuan tunggal berwisata, jarak tempat tinggal wisatawan dengan lokasi wisata tidak terlalu dekat atau tidak satu kecamatan yang sama. Rata-rata kunjungan wisatawan tahun 2020 adalah 6.029 orang. Menurut Issac & Michael (1995), penentuan ukuran sampel menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2+Z^2+S} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

S^2 = Variasi sampel (5% = 0,05)

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

d = derajat penyimpangan (5% = 0,05)

$$n = \frac{6.029 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,05}{6.029 \cdot 0,05^2 + (1,96)^2 \cdot 0,05}$$

$$n = 75,77 = 76 \text{ orang} + 10 \text{ orang}$$

$$n = 86 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah responden wisatawan wisata alam Lengkung Langit 2 adalah sebanyak 100 orang. Populasi untuk sampel tenaga

kerja yang terdapat di wisata alam Lengkung Langit 2 sebanyak 20 orang, populasi untuk sampel pengelola unit usaha yang terdapat di wisata alam Lengkung Langit 2 sebanyak 7 orang.

Populasi dalam wisatawan penelitian ini adalah pengunjung Wisata Lengkung Langit 2 yang melakukan rekreasi dan masyarakat sekitar yang bekerja di Wisata Lengkung Langit 2. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung, pengelola unit usaha dan tenaga kerja yang melakukan kegiatan ekonomi di Lengkung Langit 2. Populasi yang nantinya akan menjadi sampel memiliki pertimbangan dan karakteristik tertentu sehingga metode yang akan digunakan yaitu dengan cara *Non probability* dengan metode *Purposive Sampling* karena unsur populasi yang digunakan sebagai sampel memiliki pertimbangan dan karakteristik tertentu (Silaen & Widiyono, 2013). *Non-probability sampling* merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dengan cara *accidental sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2012), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer secara khusus diperoleh dari pihak Lengkung Langit 2 seperti data kunjungan, data unit usaha, dan tenaga kerja. Selain data primer, pada penelitian ini juga digunakan juga data sekunder yang merupakan data yang sudah dipublikasikan, data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, serta berbagai sumber baik buku maupun jurnal-jurnal yang relevan yang dapat mendukung ketersediaan data penelitian. Data sekunder berupa informasi terkait aspek aspek yang akan dianalisis sebagai data pendukung maupun sebagai dasar penilaian dari beberapa sumber seperti jurnal, prosiding,

skripsi, publikasi Badan Pusat Statistik, serta buku-buku ataupun literatur lain yang mendukung sebagai referensi penelitian ini

Metode Pengumpulan data yang akan digunakan dalam mengumpulkan data sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara. Wawancara yang dilakukan peneliti dengan cara tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang terkait dengan pengembangan wisata dan masyarakat. Kelebihan yang diperoleh saat melakukan teknik wawancara mendalam, yaitu peneliti mampu melakukan kontak langsung dengan informan dengan memperoleh informasi yang kompleks. Teknik wawancara mendalam ini dilakukan agar mampu mendeskripsikan mengenai aspek-aspek yang akan diteliti.

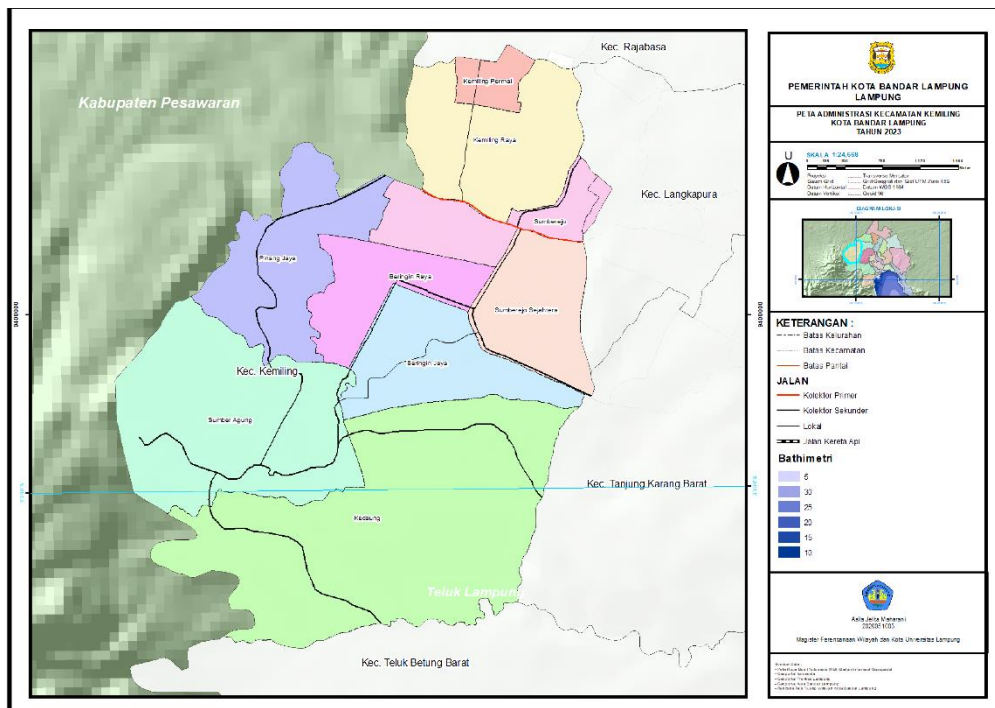
2. Observasi

Teknik observasi yang dilakukan peneliti dengan melihat dan mengamati langsung objek penelitian yaitu, kegiatan apa saja yang dilakukan masyarakat sekitar untuk mengembangkan wisata alam tersebut. Penggunaan lahan Kecamatan Kemiling berdasarkan fungsi pemanfaatan lahannya terdiri dari kawasan lindung dan kawasan budidaya. Kawasan lindung meliputi kawasan resapan air, kawasan sempadan pantai, kawasan sempadan sungai, kawasan sekitar mata air, kawasan sempadan rel kereta api, kawasan ruang terbuka hijau dan hutan kota. Sedangkan untuk kawasan budidaya meliputi kawasan perumahan, kawasan perdagangan dan jasa, kawasan perkantoran, kawasan industri, ruang terbuka non hijau (RTNH), dan kawasan peruntukan lainnya.

3. Kuesioner

Dengan memberikan angket berupa pertanyaan secara tertulis kepada responden. Sehingga disini responden memiliki tanggungjawab untuk membaca dan menjawab pertanyaan dengan seksama. Maka di dalam kuesioner harus ada petunjuk dalam mengisi pertanyaan secara jelas. Kuesioner dalam penelitian ini akan ditujukan kepada masyarakat terutama mereka yang berperan langsung terhadap pengembangan wisata alam.

Sedangkan untuk mengetahui pendapat masyarakat tentang pengembangan wisata berwawasan lingkungan dilakukan dengan membagikan kuesioner dan wawancara, yaitu untuk mengetahui pemahaman tentang pengertian budaya agro, kondisi sosial budaya, potensi sumberdaya manusia, sumberdaya alam, partisipasi masyarakat, dan dampak pembangunan wisata berwawasan lingkungan. Sebagai gambaran Peta Administrasi Kecamatan Kemiling dapat diketahui dari gambar peta berikut ini.



Gambar 2. Peta administrasi Kecamatan Kemiling

Sumber: Data diolah, 2023.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini perlu dilakukan pengujian. Pengujian kuesioner dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang dilakukan terhadap pengunjung pada penelitian ini. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan dari kuesioner tersebut sudah sah (*valid*) dan handal (*reliable*). Berikut ini merupakan indikator atribut yang akan diuji validitas dan reliabilitas pada penelitian tingkat kepuasan wisatawan.

E. Metode Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2012) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana data yang didapat di dalam kuesioner mampu memenuhi kebutuhan penelitian. Uji validitas penelitian ini menggunakan *product moment pearson correlation* dengan mengukur korelasi antara variabel dengan skor total variabel yang diperoleh dalam penelitian. Dalam uji validitas *product moment pearson* ini dasar ukurannya adalah:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (*degree of freedom*) maka instrumen dianggap valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (*degree of freedom*) maka instrumen dianggap tidak valid (*drop*) sehingga instrumen tidak dapat digunakan dalam penelitian.

Pengujian dilakukan dengan bantuan *software SPSS 20.0 for windows*.

Hasil uji validitas terhadap 30 responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas tingkat kepentingan dan kinerja

Atribut	R Hitung Kep	Nilai Sig.	R Hitung Kinerja	Nilai Sig	R tabel	Ket
Pemandangan alam	0,626	0,000218	0,729	0,000005	0,361	Valid
Sport foto buatan	0,777	0,0000004	0,786	0,000000	0,361	Valid
Udara bersih	0,769	0,0000007	0,683	0,000032	0,361	Valid
Rekreasi	0,788	0,0000000	0,624	0,000228	0,361	Valid
Fotografi	0,831	0,0000000	0,731	0,000004	0,361	Valid
Kuliner	0,887	0,0000000	0,689	0,000026	0,361	Valid
Informasi lengkap	0,736	0,0000003	0,796	0,000000	0,361	Valid
Akses mudah	0,750	0,0000018	0,758	0,000001	0,361	Valid
Parkir luas	0,859	0,0000000	0,467	0,009343	0,361	Valid
Restoran lengkap	0,854	0,0000000	0,635	0,000162	0,361	Valid
Gazebo/tempat duduk santai	0,804	0,0000000	0,619	0,000268	0,361	Valid

Sumber : Data primer, 2022 (data diolah)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2012) reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Metode yang digunakan dalam pengujian alat ukur pada penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach* (α) yang terdapat dalam *software SPSS 20.0 for windows*. Penentuan instrumen reliabel atau tidak reliabel menurut Arikunto (2010), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ maka item variabel tersebut dinyatakan reliabel
- b. Jika nilai *Alpha Cronbach* $< 0,60$ maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji reliabilitas tingkat kepentingan dan kinerja

	Cronbach's Alpha
Tingkat Kepentingan	0,939
Tingkat Kinerja	0,886

Sumber : Data primer, 2022 (data diolah)

Tabel 3 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 maka dapat diartikan bahwa data bersifat reliabel. Alat analisis kepuasan pengunjung menggunakan skala likert yang terdiri lima point dimana 1 = sangat tidak penting, 2 = tidak penting, 3 = cukup penting, 4 = penting dan 5 = sangat penting.

F. Metode Analisis Data

1. Metode Analisis Tujuan Pertama

a. *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

Customer Satisfaction Indeks (CSI) digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu menghitung tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Tingkat kepuasan pengguna dinilai dengan cara membandingkan antara kinerja (*performance*) yang dirasakan konsumen dengan harapan mereka terhadap dimensi kualitas layanan dan produk.

Terdapat lima langkah dalam perhitungan kepuasan konsumen menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menurut Aritonang (2005), yaitu:

- 1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Performance Score* (MPS). Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap responden

$$MIS_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad \text{dan} \quad MPS_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots (5) \text{ dan } (6)$$

Keterangan:

- n = jumlah responden
- Y_i = nilai kepentingan atribut ke-i
- X_i = nilai kinerja atribut ke-i

- 2) Membuat *Weighting Factors* (WF), skor ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan:

- p = jumlah atribut kepentingan

i = atribut produk pelayanan ke- i

- 3) Membuat *Weighting Score* (WS), skor ini merupakan perkalian *Weighting Factors* (WF) dengan *Mean Performance Score* (MPS).

$$WS_i = WFi \times MPS_i \dots\dots\dots (8)$$

- 4) Menghitung *Weighted Total* (WT), skor ini merupakan penjumlahan *Weighting Score* (WS) atribut ke-1 (a_1) hingga atribut ke- n (a_n).

$$WT = WS_{a_1} + WS_{a_2} + \dots\dots + WS_{a_n} \dots\dots\dots (9)$$

- 5) Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau Indeks kepuasan konsumen merupakan langkah terakhir untuk menentukan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan yaitu sebanyak lima skala.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{5} \times 100\% \dots\dots\dots (10)$$

Tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pengunjung pada Tabel 4.

Tabel 4. Rentang skala dan interpretasi *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Rentang Skala	Interpretasi
0,00-0,20	Sangat Tidak Puas
0,21-0,40	Tidak Puas
0,41-0,60	Cukup Puas
0,61-0,80	Puas
0,81-1,00	Sangat Puas

Sumber: Supranto (2006)

b. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance analysis adalah suatu metode analisis untuk menilai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan wisatawan terhadap atribut pelayanan. Metode IPA ini digunakan untuk menganalisis data tingkat kepuasan wisatawan wisata alam Lengkung Langit 2 terhadap atribut jasa. Metode ini menentukan apakah suatu atribut dianggap penting atau tidak oleh wisatawan, dan apakah atribut tersebut memuaskan wisatawan atau tidak. Pengukuran untuk tingkat kepentingan digunakan skala likert 5 tingkat begitu juga untuk tingkat kepuasan juga menggunakan skala likert 5 tingkat. Tingkat kepentingan diberikan lima penilaian dengan bobot dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Skala Pengukuran Kepentingan dan Kinerja

Skor	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
5	Sangat Penting	Sangat Puas
4	Penting	Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
1	Tidak Penting	Tidak Puas

Sumber: Riduwan, 2010

Tabel 6. Tingkat kepuasan pengunjung wisata alam Lengkung Langit 2.

	Atribut	Nilai Kepentingan					Nilai Kinerja				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Atraksi	Pemandangan alam indah Sport foto buatan Udara bersih										
Aktivitas	Rekreasi Fotografi Kuliner										
Aksesibilitas	Informasi lengkap Akses mudah										
Amenitas	Parkir luas Restoran lengkap Gazebo/tempat duduk santai										

Berdasarkan analisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan maka diperoleh 2 variabel yaitu X untuk variabel tingkat kepuasan dan Y untuk tingkat kepentingan wisatawan. Berikut adalah rumus untuk tingkat kesesuaian responden yang digunakan:

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan :

Tki = Tingkat Kepuasan Wisatawan

Xi = Skor Penilaian Kinerja

Yi = Skor Penilaian Harapan

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Diagram Kartesius sangat diperlukan dalam penjabaran unsur-unsur tingkat kesesuaian kepentingan dan kinerja atau kepuasan pelanggan atas bagan yang terdiri dari empat bagian dan dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y). Perusahaan dapat mengetahui peringkat jasa menurut kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, serta mengidentifikasi tindakan apa yang perlu dilakukan manajemen perusahaan melalui penjabaran keseluruhan atribut mutu pelayanan ke dalam diagram Kartesius pada Gambar 3.

Y (Kepentingan)

<p>Kuadran A Prioritas Utama</p>	<p>Kuadran B Pertahankan Prestasi</p>
<p>Kuadran C Prioritas Rendah</p>	<p>Kuadran D Berlebihan</p>

X (Kinerja)

Gambar 3. Diagram kartesius

Sumber : Supranto (2006)

Keterangan:

1) Kuadran A

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi atau di atas nilai rata-rata, tetapi memiliki tingkat kinerja dinilai rendah. Atribut-atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini, kinerjanya harus ditingkatkan oleh pihak perusahaan dengan cara senantiasa melakukan perbaikan terus-menerus.

2) Kuadran B

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja tinggi. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertahankan dan harus terus dikelola dengan baik, karena keberadaannya memiliki keunggulan dalam pandangan pelanggan.

3) Kuadran C

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja rendah. Atribut- atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakannya secara biasa, sehingga pihak perusahaan merasa belum terlalu perlu mengalokasikan dan investasi untuk memperbaiki kinerjanya (prioritas rendah). Atribut-atribut mutu pelayanan yang termasuk ke dalam kuadran ini tetap perlu diwaspadai, dicermati dan dikontrol, karena tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring dengan meningkatnya kebutuhan.

4) Kuadran D

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah, tetapi pelaksanaannya tinggi. Atribut-atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini, dalam pelaksanaannya dirasakan terlalu berlebihan oleh pelanggan.

2. Metode Analisis Tujuan Kedua

Analisis biaya perjalanan bertujuan untuk menjawab tujuan kedua dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis biaya yang dikeluarkan pengunjung Lengkung Langit 2. Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk melakukan kunjungan ketempat wisata dalam satu kali perjalanan antara lain biaya transportasi, biaya konsumsi selama rekreasi, biaya tiket masuk dan biaya lainnya. Secara keseluruhan, biaya perjalanan pengunjung ke Lengkung Langit 2 dihitung dengan rumus:

$$BPT = BT + BP + BK + BTM + BSW + BD.....(12)$$

Keterangan:

BPT = Biaya Perjalanan Total (Rp/kunjungan)

BT = Biaya Transportasi (Rp)

BP = Biaya Parkir (Rp)

BK = Biaya Konsumsi (Rp)

BTM = Biaya Tiket Masuk (Rp)

BSW = Biaya Sewa Wahana (Rp)

BD = Biaya Dokumentasi (Rp)

Perhitungan besarnya biaya rata-rata perjalanan pengunjung untuk menuju Lengkung Langit 2 menggunakan rumus seperti dibawah ini (Ekwarso, 2010):

$$ATC = \frac{\sum BPT}{N} \dots\dots\dots(13)$$

Keterangan:

ATC = Biaya rata-rata perjalanan pengunjung

BPT = Jumlah total biaya perjalanan pengunjung

N = Jumlah pengunjung yang diwawancarai

Selanjutnya, alat analisis yang digunakan adalah biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*) yang lebih di dasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistika. Untuk menghitung nilai ekonomi menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) yaitu dengan cara menghitung nilai surplus konsumen perindividu pertahun. Menurut Fauzi (2014), untuk menghitung nilai surplus konsumen perindividu menggunakan rumus:

$$SK = \frac{v^2}{2\beta TC} \dots\dots\dots(14)$$

Keterangan :

SK : Surplus konsumen/individu/kunjungan

βTC : Koefisien biaya perjalanan

v : Jumlah kunjungan

Koefisien biaya perjalanan merupakan nilai koefisien biaya perjalanan yang dihasilkan dari fungsi permintaan (1) yang dianalisis menggunakan

regresi *Poisson*. Berdasarkan teori tersebut maka nilai ekonomi Lengkung Langit 2 merupakan total nilai manfaat yang diterima oleh seluruh pengunjung sehingga estimasi nilai ekonomi Lengkung Langit 2 dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$NE = SK \times RK \dots \dots \dots (15)$$

Keterangan:

NE = Nilai Ekonomi (Rp/tahun)

SK = Surplus Konsumen (Rp/tahun)

RK = Rata-rata kunjungan per tahun (orang)

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan ke Lengkung Langit 2 untuk mengetahui pengaruh variabel biaya perjalanan pengunjung, pendidikan, rata-rata pendapatan per bulan, umur, dan jarak ke lokasi wisata, jumlah tanggungan keluarga, kelompok kunjungan, fasilitas, pelayanan, daya tarik lokasi wisata dan hari kunjungan wisatawan terhadap jumlah kunjungan ke Lengkung Langit 2. Persamaan regresi *Poisson* dapat diduga sebagai berikut:

$$PBS = \exp (\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 D_1 + \beta_7 D_2 + \mu \dots \dots \dots (16)$$

Keterangan:

PBS = Jumlah kunjungan ke Lengkung Langit 2 satu tahun terakhir

X1 = Jarak tempat tinggal dengan lokasi wisata

X2 = Umur

X3 = Pendidikan

X4 = Pendapatan

X5 = Travel cost (biaya perjalanan)

D1 = Fasilitas

1 = Baik

0 = Kurang baik

D2 = Tingkat Kepuasan

1 = Puas

0 = Tidak Puas

$\beta_0 - \beta_7$ = Koefisien regresi $\mu = \text{error}$

a. Pengujian Parameter

1) Pengujian Overdispersi

Regresi Poisson dikatakan mengandung overdispersi apabila nilai variansinya lebih besar dari nilai rataannya. Overdispersi memiliki dampak yang sama dengan pelanggaran asumsi homokedastisitas dalam model regresi linier, jika pada data diskret terjadi overdispersi namun tetap digunakan regresi Poisson maka estimasi parameter koefisien regresinya tetap konsisten tetapi tidak efisien karena berdampak pada nilai standar *error* (Fitriana et al., 2017).

Penduga parameter koefisien regresi *Poisson* untuk data yang tidak mengandung overdispersi akan menghasilkan penduga yang tepat. Berbeda dengan pendugaan parameter koefisien untuk data yang mengandung overdispersi, nilai kesalahan mutlak sedikit membesar. Hal ini mengindikasikan overdispersi cukup berpengaruh terhadap pendugaan parameter koefisien regresi. Menurut Safitri et al., (2014), terdapat atau tidak adanya overdispersi dapat dilihat dari nilai *Deviance* atau *Pearson Chi-square* dibagi dengan derajat bebas, jika lebih besar dari satu maka menunjukkan nilai varian yang lebih besar dari nilai rataannya atau terjadi overdispersi.

2) Uji Serentak

Uji serentak dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara serentak terhadap variabel independen pada fungsi permintaan yang terbentuk yaitu persamaan (1). Menurut Agresti (1990), Statistik uji yang digunakan adalah *Likelihood Ratio* (LR) dengan model sebagai berikut :

Hipotesis : $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$

H_1 : paling sedikit ada satu $\beta_1 \neq 0$

Uji Likelihood Ratio (LR) (Agresti, 1990):

$$G^2 = -2 \ln \frac{L_1}{L_0} \dots \dots \dots (17)$$

Statistik uji G^2 mengikuti distribusi Chi-Square, sehingga untuk memperoleh keputusan dilakukan perbandingan dengan X^2 tabel, dimana derajat bebas = k (banyaknya variabel terikat). Kriteria penolakan (tolak H_0) jika nilai $G > X^2 (db, \alpha)$.

3. Metode Analisis Tujuan Ketiga

Metode yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga dari penelitian ini adalah dengan menggunakan alat *analisis Keynesian Local Income Multiplier* dan *Ratio Income Multiplier*. Dengan menggunakan alat analisis tersebut, akan didapatkan informasi mengenai pengeluaran pengunjung, serta aliran uang sejumlah dana tersebut yang memberikan dampak langsung, tidak langsung dan lanjutan (*induced*) bagi perekonomian masyarakat lokal. Berdasarkan *Marine Ecotourism for Atlantic Area (META)* (2001) dampak ekonomi pariwisata terhadap perekonomian masyarakat lokal terdapat dua tipe pengganda, yaitu :

- a. *Keynesian Local Income Multiplier*, yaitu nilai yang menyatakan seberapa besar pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengunjung yang berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal.
- b. *Ratio Income Multiplier*, yaitu nilai yang menunjukkan berapa besar dampak langsung yang dirasakan dari pengeluaran pengunjung berdampak terhadap perekonomian lokal. Pengganda ini mengukur dampak tidak langsung dan dampak lanjutan (*induced*).

Secara matematis dapat dirumuskan :

$$\text{Keynesian Income Multiplier} = \frac{D+N+U}{E} \dots\dots\dots(18)$$

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe I} = \frac{D+N}{D} \dots\dots\dots(19)$$

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe II} = \frac{D+N+U}{D} \dots\dots\dots(20)$$

dimana:

E : Tambahan pengeluaran pengunjung (rupiah)

D : Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari E (rupiah)

N : Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari E (rupiah)

U : Pendapatan lokal yang diperoleh secara lanjutan dari E (rupiah)

Nilai *Keynesian Local Income Multiplier*, *Ratio Income Multiplier* Tipe

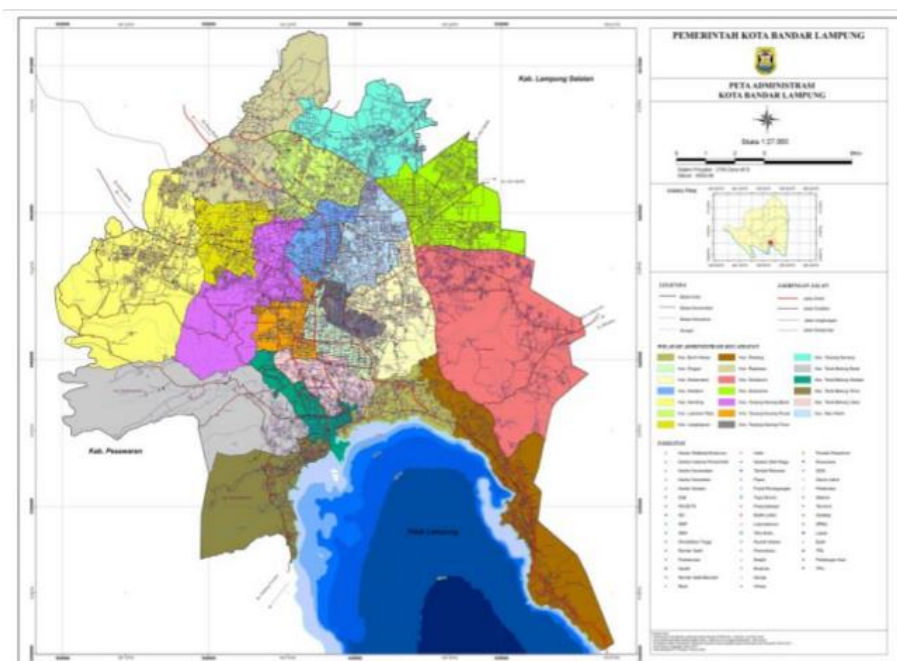
1, *Ratio Income Multiplier* Tipe 2, memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai-nilai tersebut kurang dari atau sama dengan nol (≤ 0), maka lokasi wisata tersebut belum mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan wisatanya.
2. Apabila nilai-nilai tersebut diantara angka nol dan satu ($0 < x < 1$), maka lokasi wisata tersebut masih memiliki nilai dampak ekonomi yang rendah.
3. Apabila nilai-nilai tersebut lebih besar atau sama dengan satu (≥ 1), maka lokasi tempat wisata tersebut telah mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan wisatanya

IV. GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung (2019), Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung. Oleh karena itu, selain merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan, dan kebudayaan, kota ini juga merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung. Kota Bandar Lampung terletak di kawasan yang strategis karena merupakan kawasan transit kegiatan perekonomian antara pulau Sumatera dan Pulau Jawa yang menguntungkan bagi pertumbuhan dan perkembangan wilayah tersebut. Berikut adalah peta Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Peta wilayah Kota Bandar Lampung
Sumber: BAPPEDA (2017)

Secara geografis terletak pada 50°20' sampai dengan 50°30' Lintang Selatan dan 105°028' sampai dengan 105°037' Bujur Timur. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antara Pulau Sumatera dan Pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan kota sebagai pusat perdagangan, industri dan pariwisata.

Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada 50 20' sampai dengan 50 30' Lintang Selatan dan 1050 28' sampai dengan 1050 37' Bujur Timur.

Secara administratif, batas wilayah Bandar Lampung adalah:

1. sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan,
2. sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung,
3. sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran, dan
4. sebelah Timur berbatasan Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan.

Topografi Kota Bandar Lampung sangat beragam, mulai dari dataran pantai hingga daerah pegunungan, dengan ketinggian berkisar antara 0 hingga 500 m. Daerahnya bergunung-gunung dari barat ke timur dengan puncak tertinggi Gunung Betung di sebelah barat dan Gunung Dibalau serta perbukitan Batu Serampok di sebelah timur.

Masyarakat kota Bandar Lampung terdiri dari berbagai suku bangsa. Jumlah penduduk yang berada di setiap kecamatan di Bandar Lampung juga beraneka ragam sesuai dengan besarnya luas wilayah setiap kecamatan dan pertumbuhan yang secara alami terjadi baik kelahiran maupun kematian serta perpindahan penduduk.

1. Wilayah pantai terdapat disekitar Teluk Betung dan Panjang dan pulau dibagian Selatan Wilayah landai/dataran terdapat disekitar Kedaton dan Sukarame dibagian Utara
2. Wilayah perbukitan terdapat disekitar Telukbetung bagian Utara

3. Wilayah dataran tinggi dan sedikit bergunung terdapat disekitar Tanjung Karang bagian Barat yaitu wilayah Gunung Betung, dan Gunung Dibalau serta perbukitan Batu Serampok dibagian Timur.

B. Gambaran Umum Kecamatan Kemiling

1. Letak Geografi

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Kemiling memiliki batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Rajabasa
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Barat
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Langkapura dan Kecamatan Tanjung Karang Barat
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran

Secara geografi Kecamatan Kemiling sebagian besar daerahnya adalah datar berombak 60%, berombak berbukit 25% berbukit bergunung, dengan ketinggian 450 m dari permukaan laut.

2. Topografi, Klimatologi, dan Jenis Tanah

Kecamatan Kemiling secara topografi mempunyai wilayah pegunungan terutama di bagian barat, dan sebagian wilayahnya berbukit atau bergelombang di sebagian besar wilayah Kecamatan Kemiling..

Kecamatan Kemiling termasuk wilayah beriklim tropis dengan curah hujan rata-rata 2.000 s/d 3000 mm setiap tahun. Kecamatan Kemiling mempunyai struktur tanah berwarna merah kehitaman sangat cocok untuk pengembangan pertanian terutama jenis palawija dan sayur sayuran.

3. Administrasi Pemerintahan

Kecamatan Kemiling adalah salah satu kecamatan dalam wilayah Kota Bandar Lampung. Kecamatan Kemiling merupakan kecamatan pemekaran dari Kecamatan induk yaitu Kecamatan Tanjung Karang Barat, berdasarkan Peraturan Daerah Nomor. 4 Tahun 2001 Tanggal 3 Oktober 2001 tentang Pembangunan, Penghapusan dan Pemekaran Kecamatan dan Kelurahan dalam Kota Bandar Lampung. Tahun 2012, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, wilayah Kecamatan Kemiling dibagi menjadi 9 (sembilan) kelurahan, yaitu :

- a. Kelurahan Sumber Rejo
- b. Kelurahan Sumber Rejo Sejahtera
- c. Kelurahan Kemiling Permai
- d. Kelurahan Kemiling Raya
- e. Kelurahan Beringin Raya
- f. Kelurahan Beringin Jaya
- g. Kelurahan Pinang Jaya
- h. Kelurahan Sumber Agung
- i. Kelurahan Kedaung

Adapun pusat pemerintahan Kecamatan Kemiling berada di Kelurahan Beringin Jaya (BPS Kota Bandar Lampung, 2019).

C. Gambaran Umum Kelurahan Sumber Agung

Kelurahan Sumber Agung meliputi area seluas 498 hektar. Jarak desa Sumber Agung dengan ibu kota kabupaten adalah 1,5 km dan jarak desa Sumber Agung dengan ibu kota Bandar Lampung adalah 12 km. Jumlah fasilitas sekolah di Kelurahan Sumber Agung yaitu 3 TK, 3 SD, 1 SMP, dan 1 SMA. Sarana kesehatan di Kelurahan Sumber Agung sebanyak 1 puskesmas, 6 posyandu, 2 apotek dan 1 poskeskel. Kelurahan Sumber Agung memiliki 3 LK dan 20 Rukun Tetangga. Jumlah penduduk sebanyak 1834 laki-laki dan

1715 perempuan. Kepadatan penduduk di Kelurahan Sumber Agung yaitu 713 kepadatan per km².

D. Pemetaan dan Sebaran Wisata Alam

1. Aspek Potensi Fisik Dan Lingkungan

Kecamatan Kemiling memiliki potensi untuk tumbuh menuju wisata hijau dengan meningkatkan ekonomi lokal masyarakat. Sebagian besar tersebut berada di kelurahan Sumber Agung dan Pinang Jaya. Dimana kedua wilayah ini memiliki area yang berbukit, suhu yang relatif dingin dan memiliki struktur tanah yang cocok untuk dijadikan budidaya perkebunan.

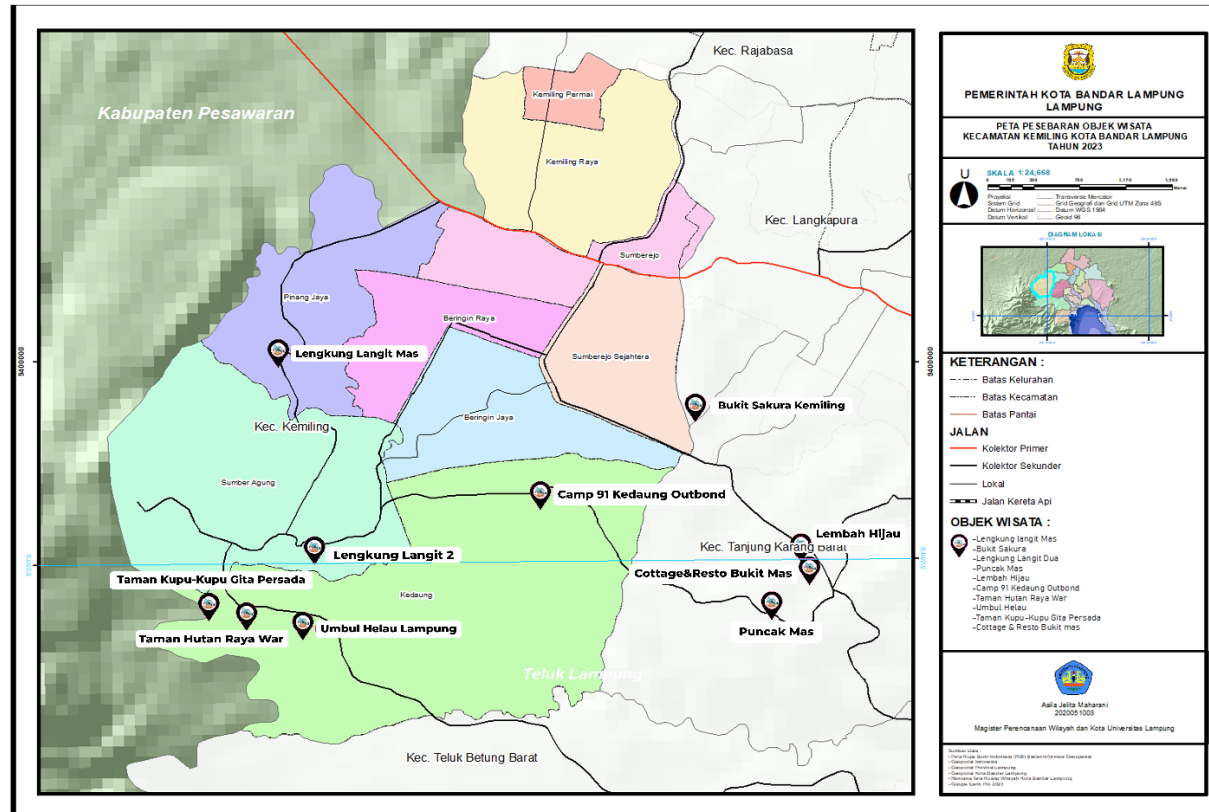
Tanah yang terdapat di kecamatan Kemiling merupakan jenis tanah Latosol Kromik dan Latosol Rodik. Tanah yang berwarna merah hingga coklat dengan pH 4,5-6,5 yang mampu menyerap air sehingga baik untuk menahan erosi dan cocok untuk pertanian. Tanah Latosol sudah terjadi proses pelapukan lanjut dengan kandungan bahan organik, mineral primer dan unsur hara yang rendah, bereaksi masam (pH 4.5 – 5.5), terjadi akumulasi seskuioksida, tanah berwarna merah, coklat kemerahan hingga coklat kekuningan atau kuning. Jenis tanah ini biasanya berada di wilayah dengan intensitas curah hujan yang tinggi.

2. Analisis Kesesuaian Pemanfaatan Ruang

Berdasarkan amanat RTRW memang ditetapkan untuk Kawasan lindung yang memberikan perlindungan pada kawasan di bawahnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 40 ayat (2) meliputi kawasan resapan air. Namun kegiatan budidaya saat ini diarahkan pada pengendalian, kegiatan budidaya yang tidak menjamin fungsi lindung secara bertahap beralih ke fungsi lindung; RTRW Kota Bandar Lampung menyatakan bahwa areal penanaman tidak diperbolehkan, namun sebenarnya ada peruntukan areal

budidaya di dalam Tahura agar diperbolehkan dan kegiatan ekowisata coba dikembangkan diperbolehkan. Sebaran Wisata Alam

Wisata alam Lengkung Langit 2 berada di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Kecamatan Kemiling memiliki kondisi lingkungan yang berbukit-bukit, sehingga banyak kita temukan obyek wisata di sekitarnya. Lengkung Langit 2 merupakan cabang dari taman wisata Lengkung Langit 1 terletak di Pinang Jaya, Kemiling, Bandar Lampung. Tempat wisata ini menawarkan wisata dengan menyajikan panorama cakrawala, pemandangan laut Teluk Lampung sekaligus sebagai tempat bersantai. Berikut ini peta persebaran wisata alam di Kecamatan Kemiling.



Gambar 8. Peta sebaran wisata alam di Kecamatan Kemiling
 (Sumber: data diolah, 2023)

Wisata alam Lengkung Langit 2 berada di antara beberapa wisata alam lainnya antara lain wisata alam Lengkung Langit 1, Taman Kupu-Kupu Gita Persada, Taman Hutan Raya Wan Abdurrahman, Umbul Helau, CAMP 91 Kedaung Outbound, Puncak Mas, Bukit Mas, Lembah Hijau, dan Bukit Sakura.

a. Wisata Alam Lengkung Langit 1

Wisata alam ini diresmikan pada tahun 2020 yang berlokasi di Pinang Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Wisata alam ini mempunyai gapura sebagai daya tarik utama. Pengunjung dapat menyaksikan sebagian sisi Kabupaten Pesawaran, Kota Bandarlampung, dan Branti dari ketinggian 300 meter di atas permukaan laut. Gunung Betung pun menambah panorama alami di sekitar wisata alam. Objek wisata lainnya yang ditawarkan di wisata alam ini adalah kuliner yang ada sebelah utara dan berkonsep semi-terbuka. Fasilitas yang terdapat di wisata alam Lengkung Langit 1 yaitu tempat parkir, spot berfoto, area kuliner, dan tempat duduk atau gazebo. Harga tiket masuknya yaitu Rp10.000,-.

b. Taman Kupu-Kupu Gita Persada

Taman Kupu-kupu Gita Persada berada di Jalan Wan Abdurrahman, Hutan, Kecamatan Hutan, Kota Bandar Lampung. Taman Kupu-Kupu Gita Persada merupakan tempat penangkaran dan pengembangbiakan berbagai macam jenis kupu-kupu dari 1997. Koleksi yang dimiliki taman kupu-kupu ini yaitu sebanyak 6.000 spesies kupu-kupu dari seluruh dunia yang semuanya dalam kondisi sudah diawetkan dan dipajang di dalam museum. Wisata ini juga dilengkapi taman bermain untuk anak-anak dan juga adanya rumah pohon, sebagai spot foto masa kini. Wisata ini buka setiap hari pada jam 08.00 – 17.00, tiket masuk taman ini yaitu sebesar Rp10.000,-. Dengan membayar sejumlah uang tersebut, pengunjung dapat menikmati sejumlah wahana untuk belajar dan berekreasi yang ada di lokasi, seperti *Dome* atau Sangkar Kupu-kupu Raksasa, Museum Kupu-

kupu, Rumah Pohon *Children Playground*, dan sejumlah fasilitas lain, seperti tempat parkir, kafe, dan kamar mandi.

c. Taman Hutan Raya Wan Abdurr Rachman

Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman adalah taman hutan raya yang beralamat di Desa Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Provinsi Lampung. Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman bertujuan untuk kawasan perlindungan, konservasi, dan sarana pendidikan terhadap beragam koleksi tanaman dan hewan yang hidup di dalamnya. Pembangunan dan penetapan lokasi dari Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman tertera berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kehutanan No. 742/KPTS – VI/1992 tanggal 21 Juli 1992.

Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman mempunyai daya tarik obyek wisata alam yang cukup bervariasi, seperti pemandangan alam teluk Lampung yang memiliki 7 (tujuh) air terjun, dan yang sangat menarik adalah pemandangan Kota Bandar Lampung di waktu malam. Tujuh air terjun di lokasi tahura ini adalah air terjun Sinar Tiga yang memiliki ketinggian 70 meter dengan lebar 6 – 10 meter, air terjun Gunung Minggu yang digunakan oleh pengunjung sebagai *shower* alam, air terjun Talang Rabun memiliki tinggi 30 meter, air terjun Tanah Longsor 35 meter, air terjun Penyairan 35 meter, air terjun Bidadari 20 meter dan air terjun Talang Mulya 30 meter. Berbagai kegiatan wisata alam yang dapat dilakukan diantaranya adalah lintas alam, berkemah dan menikmati pemandangan alam. Disamping itu, tahura ini juga dapat dimanfaatkan sebagai tempat penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, budaya, pariwisata dan rekreasi alam. Sekitar 80% luas hutan Tahura berada di Kabupaten Pesawaran, 15 km dari kota Bandarlampung. Terdapat 47 titik pemukiman di Tahura WAR (Dinas Kehutanan Provinsi Lampung, 2018).

d. Umbul Helau

Umbul Helau didirikan pada tahun 2019 dan berlokasi di Jalan Wan Abdurrahman Tanjung Gedong, Kemiling, Bandar Lampung. Umbul helau memiliki konsep edukasi terhadap anak, merupakan kegiatan menyenangkan untuk menghabiskan waktu libur bersama keluarga atau teman. Luas wisata Umbul Helau ini sekitar 1,5 hektare. Objek wisata yang ditawarkan antara lain, taman bunga Celosia, spot foto, taman kelinci, *Race ATV*, dan lokasi *camping*. Fasilitas yang ada di wisata alam mini antara lain tempat parkir, toilet, musholla, saung, dan kantin. Jam operasional wisata ini yaitu pukul 08.00 sampai dengan pukul 18.00 WIB. Harga tiket masuk wisata alam ini yaitu Rp10.000.-.

e. CAMP 91 Kedaung *Outbound*

Camp 91 didirikan pada tahun 2016 dan berada di Desa Kedaung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Awal tempat ini berada karena adanya diklat untuk sekuriti. Lanjut, sang pemilik tempat melihat adanya potensi wisata yang ada menjadikan muncul ide untuk dijadikan tempat wisata di Kota Bandar Lampung. Wahana yang ada di wisata ini yaitu *flying fox*, Motor ATV, *Outbound camp*, rumah pohon, tempat menginap, pondokan, dan spot foto, sementara fasilitas yang diberikan yaitu antara lain tempat parkir, warung, kamar mandi, taman bermain anak, dan kolam renang kecil. Harga tiket masuk k wisata ini yaitu sebesar Rp15.000.-.

f. Puncak Mas

Puncak Mas beralamat di Jl. H. Hamim RJP, Sukadanaham, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Akses tercepat menuju wisata Puncak Mas Lampung bisa melewati Jalan H. Agus Salim, dan Jalan Cut Nyak Dien. Fasilitas yang ada di wisata alam ini adalah area parkir, gazebo, toilet, mushola, wahana permainan, spot *selfie*, *food court*, atau cafe, gazebo. Tiket masuk Puncak Mas Lampung adalah Rp. 20.000 per orang. Puncak Mas Lampung buka setiap hari, dari hari Senin – hari Minggu dan buka selama 24 jam. (khususnya *cottage*

Puncak Mas Lampung). Daya tarik di wisata ini yaitu fasilitas *cottage* yang ditawarkan. *Cottage* disini mengusung menginap di ketinggian Kota Bandar Lampung dan sudah memenuhi standar hotel, diantaranya terdapat AC, kulkas, dan kamar mandi. Selain itu, terdapat pula taman di ketinggian dan ragam wahana.

g. Bukit Mas

Bukit Mas berlokasi di Jalan Raden Imba Kesuma Ratu No. 2A, Sukadanaham, Kota Bandar Lampung. Wisata ini adalah kawasan wisata puncak dengan nuansa bukit yang didukung dengan udara yang sangat sejuk. Macam-macam fasilitas di Bukit Mas antara lain restoran, musholla, gazebo, jembatan cinta, toilet, kolam renang, taman, parkir yang luas, dan area bermain anak. Daya tarik yang ada wisata ini antara lain fasilitas penginapan atau *cottage* yang ditawarkan. Penginapan disini mengusung konsep minimalis yang terbuat dari kayu dan sudah memenuhi standar hotel, diantaranya terdapat AC, kulkas, dan kamar mandi. Bukit Mas *Cottage* mempunyai lebih dari 30 kamar dan sekitar tujuh unit villa untuk memanjakan para tamu yang datang. Untuk itu sedang dibangun penambahan unit kamar sebagai pelengkap fasilitas yang ada. Bukit Mas ini memiliki empat jenis kamar, yaitu Lombok, Pubian, Wisma, dan Saibatin.

h. Lembah Hijau

Lembah Hijau Lampung berada di Jalan Raden Imba Kesuma No.21, Sukadana Ham, Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung. Berada di lahan seluas 30 hektar. Lembah Hijau terdiri dari taman rekreasi dan kebun binatang mini. Taman Wisata Lembah Hijau didirikan pada tahun 2007. Tempat wisata ini memadukan antara wisata berorientasi lingkungan dengan pengetahuan. Wisatawan dapat berkeliling menikmati taman burung, pentas satwa, hingga kebun binatang. Setiap satwa mendapat tempat yang luas, sehingga terasa tinggal seperti di alam bebas. Misalnya burung pelikan, yang berada di taman luas dengan kolam air dan batu-batuan. Burung-burung ini pun dapat bergerak dan berenang

bebas di sekitar area kandang. Selain itu pengunjung pun dapat melihat hewan berupa kijang dan rusa di sebuah kandang berpagar kayu. Pihak Lembah Hijau Lampung telah menyiapkan setumpuk daun di sebelah kandang. Daun-daun ini bisa wisatawan manfaatkan untuk memberi makan hewan-hewan yang ada disana. Selain hewan-hewan di atas, ada pula orang utan, siamang, beruang madu, banteng, dan buaya. Selain itu, terdapat banyak wahana yang tersedia di objek wisata ini. Ada wahana air, *outbound*, tempat berkemah, wahana permainan, hingga water park. Harga tiket masuk wisata ini ada berkisar antara Rp25.000 - Rp55.000

i. Bukit Sakura

Bukit Sakura didirikan pada tahun 2017. Wisata alam Bukit Sakura adalah salah satu wisata alam yang mempunyai keindahan pemandangan alam yang dibuat dengan fasilitas-fasilitas bertemakan Negara Jepang yang dapat menarik perhatian pengunjung untuk mengunjungi wisata alam Bukit Sakura. Para pengunjung yang berkunjung ke wisata alam Bukit Sakura dapat menikmati pemandangan alam sambil merasakan suasana di Negara Jepang yang terdapat di Bukit Sakura. Bukit Sakura terletak di Kelurahan Langkapura Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung dengan luas lahan sekitar 5.000 meter. Bukit Sakura memiliki fasilitas-fasilitas seperti mushola, arena bermain anak, tempat panahan, spot foto, gazebo, jalan, wc, tempat duduk, dan café. Biaya tiket masuk wisata alam ini adalah Rp 10.000,-

3. **Kesesuaian dengan Peraturan Daerah (PERDA) Kota Bandar Lampung Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Tahun 2021-2041**

Kecamatan Kemiling masuk ke dalam Bab 2 (Ruang Lingkup Perencanaan) Pasal 4, huruf e yang berbunyi “WP V memiliki fungsi utama sebagai ruang terbuka hijau kota dan fungsi tambahan sebagai pusat pendidikan khusus, permukiman perkotaan, agrowisata dan ekowisata, perdagangan dan jasa skala kawasan, sarana olah raga dan pendidikan tinggi meliputi Kecamatan

Langkapura, Kemiling dan Tanjungkarang Barat”. Wilayah perencanaan merupakan wilayah yang dibatasi berdasarkan kenyataan sifat- sifat tertentu pada wilayah tersebut yang bisa bersifat alamiah maupun non alamiah yang sedemikian rupa sehingga perlu direncanakan dalam kesatuan wilayah perencanaan. Kecamatan Kemiling memiliki fungsi utama sebagai ruang terbuka hijau kota dan fungsi tambahan sebagai pusat pendidikan khusus, permukiman perkotaan, agrowisata dan ekowisata, perdagangan dan jasa skala kawasan, sarana olah raga dan pendidikan tinggi. Wisata alam Lengkung Langit 2 memiliki kesesuaian dengan fungsi utama RTRW Kota Bandar Lampung sebagai ruang terbuka hijau dan sebagai ekowisata.

Ruang Terbuka Hijau (RTH) perkotaan merupakan suatu bagian dari ruang-ruang terbuka suatu wilayah kota yang telah diisi oleh tumbuhan, tanaman dan vegetasi guna mendukung manfaat ekologis, sosial budaya, dan arsitektural yang dapat memberikan manfaat ekonomi (kesejahteraan) bagi masyarakatnya. Merujuk pada Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, maka RTH di daerah perkotaan sangat penting sekali peranannya. Keberadaan RTH di kawasan perkotaan mempunyai tujuan untuk menjaga keserasian dan keseimbangan ekosistem lingkungan perkotaan, mewujudkan keseimbangan antara lingkungan alam dan lingkungan buatan di perkotaan dan meningkatkan kualitas lingkungan perkotaan yang sehat, indah, bersih dan nyaman.

E. Profil Lengkung Langit 2

Lengkung Langit 2 merupakan suatu taman wisata yang memadukan wisata alam dengan spot foto yang fotogenik. Wisata alam Lengkung Langit 2 berada di Sumber Agung, Kemiling, Bandar Lampung. Tempat wisata ini menawarkan wisata dengan pemandangan alam yang indah. Lengkung Langit 2 adalah cabang dari taman wisata Lengkung Langit 1 yang terletak di Sumber Agung, Kemiling, Bandar Lampung. Berikut ini fasilitas yang terdapat di wisata alam Lengkung Langit 2.

1. Gerbang Bambu Selamat Datang

Terdiri dari sekitar 500 bambu yang dibuat sedemikian rupa sehingga membentuk gerbang dengan tinggi kurang lebih 7 meter. Satu di antara alasan pemilihan bambu sebagai bahan dasar pembuatan gerbang masuk, lebih kepada pemanfaatan sumber daya alam yang memang sudah tersedia di sekitar Kecamatan Sumber Agung.

2. Jembatan Kayu

Panjang jembatan kayu di Lengkung Langit 2 yaitu sekitar 800 meter, jembatan kayu menjadi akses utama pengunjung ketika berkeliling di Lengkung Langit 2. Jembatan kayu tersebut sebagian besar berbahan dasar kayu gelam. Salah satu alasan pemilihan kayu yang menjadi bahan utama jembatan yaitu supaya tidak mengubah bentang alam sehingga pengunjung tetap dapat berwisata seolah berada di dalam hutan.

3. Saung Bambu

Terdapat 13 saung bambu yang berada di sepanjang jembatan kayu. Selain sebagai tempat beristirahat, saung bambu juga banyak dijadikan sebagai tempat berfoto oleh pengunjung.

4. Rumah Pohon

Salah satu wahana foto yang ada di Lengkung Langit Dua adalah Rumah Pohon. Spot foto rumah pohon dirakit dan berada di antara pohon durian yang memang sengaja tidak ditebang oleh pihak wisata alam. Pengunjung bisa merasakan kesejukan alam saat berada di dalam rumah pohon, terlebih jika masuk ke area Lengkung Langit Dua pada pagi hari.

5. Sarang Burung

Sarang Burung berbahan utama kayu dan bambu, spot ini juga menjadi tempat favorit pengunjung karena memiliki pemandangan Kota Bandar Lampung.

6. Perahu Kaca

Perahu Kaca yang berada di ketinggian sekitar 4 meter dari permukaan tanah. Perahu kaca menggunakan kaca setebal 10 mm dan bisa menahan beban orang dewasa maksimal lima hingga tujuh orang.

7. Rumah Hobbit

Salah satu wahana foto yang menjadi pusat perhatian wisatawan. Rumah hobbit berjumlah sekitar 7 yang berada di arah menuju pintu keluar.

F. Sejarah Lengkung Langit 2

Lengkung Langit 2 adalah cabang dari taman wisata Lengkung Langit 1 yang berlokasi di Pinang Jaya, Kemiling, Bandar Lampung. Lengkung Langit berdiri di bawah naungan CV. Bagus Langit. Mulanya, wisata alam Lengkung Langit 2 merupakan lahan kehutanan. Wisata alam ini didirikan di tanah seluas sekitar 2 hektar dan 80 persen masih mempertahankan suasana hutan, sehingga pengunjung yang datang juga bisa menikmati kemurnian dan kealamian dari alam. Salah satu yang tetap dipertahankan adalah pohon durian yang berjumlah sekitar 30 pohon tetap berdiri kokoh dan berada di dalam area Lengkung Langit 2. Keistimewaan yang dimiliki Lengkung Langit 2 ini membuat daya tarik tersendiri karena menyajikan keindahan cakrawala, pemandangan alam berupa laut Teluk Lampung serta untuk tempat bersantai sehingga banyak dijadikan tujuan wisata.

G. Jumlah Tenaga Kerja Wisata Alam Lengkung Langit 2

Lengkung Langit 2 memiliki 20 tenaga kerja yang bekerja di berbagai bidang terdiri dari manajemen, supervisor, operator, penjaga kafe, penjaga loket, dan parkir.

H. Asal Tenaga Kerja

Sebagian besar tenaga kerja di wisata alam Lengkung Langit 2 bertempat tinggal di sekitar wisata alam Lengkung Langit 2 yaitu Kecamatan Kemiling, Kecamatan Langkapura, Kecamatan Tanjung Karang Pusat, dan Kecamatan Tanjung Karang Barat.

I. Hari kunjungan wisata alam

Wisata alam Lengkung Langit 2 beroperasi pada setiap hari yaitu pada hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jum'at, Sabtu dan Minggu, pukul 09.00 – 22.00

WIB. Wisata alam Lengkung Langit 2 paling banyak dikunjungi oleh para pengunjung yaitu pada hari libur atau *weekend*, sedangkan untuk hari biasa wisata alam Lengkung Langit 2 tetap dikunjungi oleh pengunjung tetapi tidak terlalu banyak dibandingkan dengan hari libur.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Nilai kepuasan konsumen terhadap kunjungan wisata alam Lengkung Langit 2 sebesar 79,029 persen, yang berarti memuaskan pengunjung. Atribut yang berada pada kuadran kedua (pertahankan prestasi) yaitu pemandangan alam indah, spot foto, rekreasi, dan fotografi. Atribut yang berada pada kuadran ketiga (prioritas rendah) yaitu pemandangan alam indah, spot foto, rekreasi, dan fotografi. Atribut yang berada pada kuadran keempat (berlebihan) yaitu udara bersih. Tidak ada satupun atribut yang berada pada kuadran pertama (prioritas utama).
2. Nilai ekonomi wisata alam Lengkung Langit 2 dengan menggunakan metode *Travel Cost Method* sebesar Rp35.017.101.187 per tahun.
3. Nilai *Keynesian Multiplier Effect* yaitu sebesar 0,58 menunjukkan bahwa wisata alam Lengkung Langit 2 masih memiliki dampak ekonomi yang rendah, sedangkan nilai *Ratio Income Multiplier Tipe 1* adalah sebesar 5,67 dan nilai yang diperoleh dari *Ratio Income Multiplier Tipe 2* sebesar 9,57, maka lokasi tempat wisata tersebut telah mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan wisatanya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di wisata alam Lengkung Langit 2, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Dalam meningkatkan jumlah kunjungan, pengelola wisata alam Lengkung Langit 2 sebaiknya melakukan promosi lebih giat dan meningkatkan fasilitas – fasilitas seperti area parkir, taman, papan informasi, dan arena bermain anak agar dapat menarik lebih banyak pengunjung untuk berkunjung ke wisata alam Lengkung Langit 2.
2. Peneliti lain diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut mengenai dampak lingkungan dan sosial budaya terhadap masyarakat di sekitar wisata alam Lengkung Langit 2.
3. Diharapkan bagi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandar Lampung untuk bisa melakukan kerja sama yang baik dengan pihak wisata alam di untuk mewujudkan kota yang nyaman untuk berwisata dan dapat tersampaikan dengan tepat kepada masyarakat di dalam dan luar kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Agresti, A. 1990. *Categorical Data Analysis*. John Wiley & Sons, Inc. Florida
- 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.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1750>
- Alkadri, et al. 1999. *Pengembangan wilayah*. Tiga Pilar. Jakarta.
- Alma, B. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Arifa, E., Abidin, Z., & Marlina, L. 2019. Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat (Economic Valuation of Pulau Pisang Tourism Area in Pesisir Barat Regency). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(4): 568–574. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3874>
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arjana, I. G. B. 2015. *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Astuti. 2010. *Dampak ekonomi pariwisata Paradigma*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Ayuningtyas, D. irma, & Dharmawan, Arya Hadi. 2011. Dampak Ekowisata Terhadap Kondisi Sosio-Ekonomi Dan Sosio-Ekologi Masyarakat Di Taman Nasional Gunung Halimun Salak Impact of Socio-Economic and Socio-Ecologic due to Ecotourism in Halimun Salak National Park. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 5(3): 247–258.
- Banapon. 2008. *Penilaian Ekonomi Wisata Bahari di Pulau Morotai Kabupaten Halmahera Utara Provinsi Maluku Utara*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Bloemer, De Ruyter, K., & Peeters, P. 1998. Investigating Drivers of Bank Loyalty: The Complex Relationship Between Image, Service Quality, and Satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7): 276-286.

- Bovy, B., & Lawson. 1998. *Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design*. Architectural Press. London.
- Budi, Sri Ambar dan Slamet Muchsin, R. W. S. 2020. Agrowisata Petik Jeruk (Studi Kasus di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang) *Jurnal Respon Publik*, 14(5): 48–54.
- Budihardjo, E. 1997. *Tata Ruang Perkotaan*. Alumni. Bandung.
- Burkart, & Medlik. (n.d.). 1974. *Tourism Pas, Present, and Future* (2nd ed.). Heinemann. London.
- Clawson, M. and Knetsch, J. . 1966. *Economic of Outdoor Recreation*. The John Hopkins Company. Baltimore.
- Cohen. 1984. *Dampak Positif Pariwisata Terhadap Ekonomi Masyarakat*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Cooper et al. 2006. *Metode Riset Bisnis*. PT Media Global Edukasi. Jakarta.
- Darnah, D. 2011. Mengatasi Overdispersi pada Model Regresi Poisson dengan Generalized Poisson Regression I. *Jurnal Eksponensial*, 2(2), 5–10.
- Dhiajeng. 2013. *Dampak Ekonomi Pariwisata Desa Wisata Tembi Kabupaten Bantul Derah Istimewa Yogyakarta Terhadap Masyarakat Lokal*. Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Dinas Kehutanan Provinsi Lampung. 2018. *Potensi Wisata Alam Tahura Wan Abdul Rachman Lampung*. <https://dishut.lampungprov.go.id/detail-post/potensi-wisata-alam-air-terjun-tahura-wan-abdul-rachman-lampung>
- Dixon, A. W., Henry, M., & Martinez, J. M. 2013. Assessing the Economic Impact of Sport Tourists' Expenditures Related to a University's Baseball Season Attendance. *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*. 6, 96–113.
- Ekwarso. 2010. Nilai Ekonomi Lingkungan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Objek Wisata Air Panas Pawan Di Kabupaten Rokan Hulu (Pendekatan Biaya Perjalanan). *Jurnal Ekonomi*. 18(3): 103–200.
- Fauzi, A. 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fauzi, A. 2014. *Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Firandari, T. 2009. *Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB. Bogor.
- Fitriana, V., Abidin, Z., & Endaryanto, T. 2017. Estimasi Permintaan dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 5(3): 267–274.
<http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1639>
- Ganster, P., & Gámez, A. 2012. Sustainability and the traditional tourism model in Baja California Sur, Mexico. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 161, 127–139. <https://doi.org/10.2495/st120111>
- Gaspersz, V. 1997. *Manajemen Kualitas*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Gee, C. Y. 1989. *The Travel Industry*. Van Nostrand Reinhold. New York.
- Hamsari. 2009. *Dampak Budaya Asing Terhadap Motivasi Kerja Karyawan*. Universitas Halu Oleo. Kendari.
- Ikhsan, M., Mardiana, & Setiawan, D. 2017. Multiplier Effect Industri Pariwisata Candi Muara Takus Terhadap Perekonomian Masyarakat Di Kecamatan Xii Koto Kampar Kabupaten Kampar. *JOM Fekon: Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1): 689–700.
- 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): 61.
<https://doi.org/10.23960/jiia.v10i1.5668>
- Issac, S., & Michael, W. 1995. *Handbook in Research and Evaluation*. EdITS. San Diego.
- Khadiyanto, P. 2005. *Tata Ruang Berbasis Pada Kesesuaian Lahan*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall. Inggris.
- Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat. 2018. *Laporan Akhir : Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*. Depok.
- Mahardika DA, B Arifin dan A Nugraha. 2019. Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. *JIIA*. Vol. 7 (4):. 474-482.
<http://jurnal.fp.unila.ac.id/>

- Mutiara, I. 2009. Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Nabila, I., Yudhari, I. D. A. S., & Dewi, I. A. L. 2022. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 11(1): 200.
<https://doi.org/10.24843/jaa.2022.v11.i01.p19>
- Nugroho, I., & Dahuri, R. 2012. *Pembangunan Wilayah: Perpektif Ekonomi, social, dan Lingkungan*. LP3ES. Jakarta.
- Peraturan Daerah Nomor. 4 Tahun 2001 tentang Pengendalian Kerusakan Dan Atau Pencemaran Lingkungan Hidup Yang Berkaitan Dengan Kebakaran Hutan Dan Atau Lahan
- Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan.
- Peraturan Daerah (PERDA) Kota Bandar Lampung Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Tahun 2021-2041.
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 pasal 28 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025, (2011).
- Pitana, & Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi offset. Yogyakarta.
- Priambodo, O., & Suhartini, S. 2016. Valuasi Ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur. *Habitat*, 27(3): 122–132.
<https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2016.027.3.14>
- Puspitasari, M. L., & Sastrawan, I. G. A. 2020. Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Sarana dan Prasarana di Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2): 349.
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i02.p25>
- Putra, A.P dan Wijayanti, J. S. P. 2017. Analisis Dampak Berganda (Multiplier Effect) Objek Wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1): 141.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13833>
- Putrantomo. 2011. *Aplikasi Contingent Choice Modeling (CCM) dalam Valuasi Ekonomi Terumbu Karang Taman Nasional Karimunjaya*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Rahardjo, A. 2002. Menaksir Nilai Ekonomi Taman Hutan Wisata Tawangmangu : Aplikasi Individual Travel Cost Method. *Jurnal Manusia dan lingkungan. Pusat Studi Lingkungan Hidup Universitas Gadjah Mada*, 2, 79–88.
- Rahmadeni, & Sari, N. 2018. Solusi Overdispersi Menggunakan Generalized Poisson Regression (Studi Kasus : Penderita HIV di Provinsi Riau). *Jurnal Sains Matematika Dan Statistika*, 4(2), 28–36.
- Riduwan. 2010. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti*. Alfabeta. Bandung.
- Rini, et al. 2022. *Laporan Pengembangan Agrowisata dalam Peningkatan Ekonomi Lokal Masyarakat di Kelurahan Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung*. Magister Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Rostiyati, A. 2013. Potensi Wisata Di Lampung Dan Pengembangannya. *Patanjala : Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 5(1): 144. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v5i1.185>
- Ruliana, R., Hendikawati, P., & Agoestanto, A. 2016. Pemodelan Generalized Poisson Regression (GPR) Untuk Mengatasi Pelanggaran Equidispersi Pada Regresi Poisson Kasus Campak Di Kota Semarang Tahun 2013. *UNNES Journal of Mathematics*, 5(1): 39–46. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm>
- Safitri, A., HG, I. R., & Devianto, D. 2014. Penerapan Regresi Poisson Dan Binomial Negatif Dalam Memodelkan Jumlah Kasus Penderita Aids Di Indonesia Berdasarkan Faktor Sosiodemografi. *Jurnal Matematika UNAND*, 3(4): 58. <https://doi.org/10.25077/jmu.3.4.58-65.2014>
- Safuridar, S., & Andiny, P. 2019. Dampak Pengembangan Ekowisata Hutan Mangrove terhadap Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Desa Kuala Langsa, Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1): 43–52. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1882>
- Silaen, & Widiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. In Media. Jakarta.
- Soemarno. 2010. *Metode Valuasi Ekonomi Sumberdaya Lahan Pertanian*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Subardin, M., & Yusuf, M. K. 2011. Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(2), 81–89.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto. 2006. *Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen atau Konsumen*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suwena, & Widiyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan. Bali.
- Syafitri, E. D., Nugroho, R. A., & Yorika, R. 2021. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Kebun Raya Balikpapan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1): 1–8. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.28205>
- Tangkere, E. G., & Sondak, L. W. T. 2017. Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 13(1), 35–46.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi. Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1992 Tentang Penataan Ruang, 1992.
- Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang. 2007.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, 2009.
- Wijono, D. 2014. Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 4(1): 22. <https://doi.org/10.30588/jmp.v4i1.93>
- Yeti, O. 1997. *Perencanaan dan Perkembangan Pariwisata*. Pradyanta Paramita. Jakarta.
- Yoeti, O. 2008. *Ekonomi Pariwisata, Informasi, dan Implementasi*. Kompas Media Nusantara. Jakarta.