

**VALUASI EKONOMI DENGAN METODE *TRAVEL COST*
DAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA GRAND ELTY
KALIANDA RESORT KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

(Skripsi)

Oleh

Wahyu Gusri Rheynaldo



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI DENGAN METODE *TRAVEL COST* DAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA GRAND ELTY KALIANDA RESORT KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

Wahyu Gusri Rheynaldo

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Grand Elty Kalianda Resort, nilai ekonomi Grand Elty Kalianda Resort, dan kepuasan pengunjung yang berkaitan dengan atribut 4A yaitu atraksi, aktivitas, aksesibilitas, dan amenities. Lokasi penelitian dipilih secara purposive dengan pertimbangan bahwa Grand Elty Kalianda Resort merupakan salah satu tempat wisata terbaik di Kabupaten Lampung Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yang melibatkan 76 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung pada bulan November 2022 hingga Desember 2022. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, *travel cost method* (TCM), analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Grand Elty Kalianda Resort adalah pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, sarana dan prasarana, dan kepuasan pengunjung. Nilai ekonomi dari objek wisata Grand Elty Kalianda Resort sebesar Rp 12.501.262,00 per tahun. Sedangkan tingkat kepuasan pengunjung terkait atribut 4A sebesar 91,60 persen, menunjukkan bahwa pengunjung sangat puas. Pengukuran kepuasan pengunjung dengan menggunakan metode IPA diperoleh hasil kepuasan pada atribut pantai, rekreasi dan fotografi.

Kata kunci : Kepuasan pengunjung, metode biaya perjalanan, nilai ekonomi.

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION WITH TRAVEL COST METHOD AND VISITOR SATISFACTION OF THE GRAND ELTY KALIANDA RESORT TOURIST ATTRACTION IN SOUTH LAMPUNG REGENCY

By

Wahyu Gusri Rheynaldo

This study aims to analyze the factors that influence the frequency of tourists visit to Grand Elty Kalianda Resort, the economic value of Grand Elty Kalianda Resort, and visitors' satisfaction related to the 4A attributes of attractions, activities, accessibility, and amenities. The research location was chosen purposively with the consideration that Grand Elty Kalianda Resort is one of the best tourist attractions in South Lampung Regency. The method used in this research was a survey involving 76 respondents. Data collection was conducted by direct interview from November 2022 to December 2022. The data analysis methods used were multiple linear regression analysis, travel cost methods (TCM), Customer Satisfaction Index (CSI) analysis, and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that various factors that influence the number of visits to Grand Elty Kalianda Resort are income, travel costs, length of travel, facilities and infrastructure, and visitor satisfaction. The economic value of the Grand Elty Kalianda Resort tourist attraction is IDR 12,501,262.00 per year. While the level of visitor satisfaction related to the 4A attribute is 91.60 percent, indicating that visitors are very satisfied. Measurement of visitor satisfaction using the IPA method obtained satisfaction results on the beach, recreation and photography attributes.

Keywords: Economic value, travel cost method, visitor satisfaction

**VALUASI EKONOMI DENGAN METODE *TRAVEL COST*
DAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA GRAND ELTY
KALIANDA RESORT KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Oleh :

Wahyu Gusri Rheynaldo

Skripsi

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

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **VALUASI EKONOMI DENGAN METODE TRAVEL
COST DAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK
WISATA GRAND ELTY KALIANDA RESORT
KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Wahyu Gusri Rheynaldo**

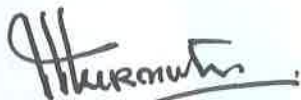
NPM : **1954131004**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

MENYETUJUI,

1. Komite Pembimbing



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

196211201988032002



Dr. Firdasari, S.P., M.E.P.

197512242010122002

2. Ketua Jurusan Agribisnis



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

196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

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



Sekretaris Penguji : Dr. Firdasari, S.P., M.E.P.



Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.



2. Dekan Fakultas Pertanian



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

196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juni 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wahyu Gusri Rheynaldo
NPM : 1954131004
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jalan Perwira 1 N0.42, Kelurahan Tanjung Baru,
Kecamatan Kedamaian, Kota Bandar Lampung.

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

Bandar Lampung, 22 Juni 2023

Penulis



Wahyu Gusri Rheynaldo

NPM 1954131004

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 26 Januari 2002, dari pasangan Bapak Agus Masgusriyanto dan Ibu Yanth Shanti Ariari Ani. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis telah menyelesaikan studi tingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Al-Azhar 1 Bandar Lampung pada tahun 2013, tingkat pertama (SMP) di SMP Al-Azhar 3

Bandar Lampung pada tahun 2016, dan tingkat atas (SMA) di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung pada tahun 2019. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SMMPPTN).

Selama masa perkuliahan, penulis pernah menjadi Asisten Dosen mata kuliah Kewirausahaan pada semester ganjil tahun ajaran 2022/2023. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Way Lunik Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung selama 40 hari. Selanjutnya, penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT Indokom Samudra Persada Tanjung Bintang Lampung Selatan selama 30 hari kerja efektif. Penulis juga aktif menjadi anggota bidang 1 (Pengembangan Akademik dan Profesi) Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) tahun 2019-2022.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort Kabupaten Lampung Selatan”**. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, nasihat, saran-saran dan bimbingan dari pihak lain, oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung atas pengarahan yang diberikan.
3. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., sebagai Dosen Pembimbing Pertama atas ketulusan hati, bimbingan, arahan, motivasi dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
4. Dr. Firdasari, S.P., M.E.P., sebagai Dosen Pembimbing kedua atas ketulusan hati, bimbingan, arahan, motivasi dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P., selaku Dosen Pembahas/Penguji skripsi, atas arahan, masukan, dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
6. Dr. Dyah Aring Hepiana L., Ir., M.S. sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ketulusan hati, kesabaran, bimbingan, arahan, perhatian, nasihat, saran dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyelesaian kuliah

7. Teristimewa kepada kedua orang tuaku, Bapak Agus Masgusriyanto dan Ibu Yanth Shanti Ariariani, yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi nasehat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis, atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Lucky, Mas Boim, dan Mas Bukhari yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.
10. Pengelola tempat wisata Grand Elty Kalianda Resort atas semua bantuan, arahan, dan izin yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat seperjuangan Sara dan Vania atas semangat, motivasi, hiburan, serta dukungan kepada penulis.
12. Teman-teman seperjuangan topik valuasi ekonomi, Ryan, Puput, Vela, dan Risky atas bantuan, diskusi, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
13. Teman-teman satu lokasi PU, Salsa dan Anggun atas bantuan, doa, saran, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
14. Teman-teman akrab selama kampus, Yevita, Sandi, Qoni, Iva, Salma, Rahmadiyah, Rindi, Riri, Rindi, dan Meisa, atas semangat serta hiburan kepada penulis.
15. Teman-teman Jurusan Agribisnis angkatan 2019, khususnya kelas B, yang memberikan semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi dan perkuliahan selama di Universitas Lampung.
16. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
17. Abang dan mba Agribisnis 2018 serta adik Agribisnis 2020 dan 2021 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
18. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat

kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Lampung.

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

Bandar Lampung, 22 Juni 2023

Penulis,

Wahyu Gusri Rheynaldo

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Pariwisata	11
2. Wisata Alam.....	12
3. Valuasi Ekonomi	13
4. Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)	17
5. Sarana	19
6. Prasarana	21
7. Permintaan Pariwisata.....	22
8. Surplus Konsumen	23
9. Kepuasan Pengunjung.....	24
10. Indikator Kepuasan Pengunjung.....	25
11. Importance Performance Analysis (IPA)	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran	39
D. Hipotesis	41
III. METODE PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian	42
B. Definisi Operasional	42
C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data.....	44
D. Jenis dan Sumber Data	45
E. Metode Analisis Data.....	46
1. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan ...	46
2. Analisis Nilai Ekonomi.....	53
3. Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Atribut-Atribut Kepuasan Konsumen.....	54
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	66
A. Sejarah Wisata Grand Elty Kalianda Resort	66
B. Letak Geografis	66
C. Kondisi Demografi	68

D. Jumlah Tenaga Kerja Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort	69
E. Struktur Organisasi Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort.....	69
F. Fasilitas Wisata Grand Elty Kalianda Resort.....	70
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
A. Karakteristik Pengunjung	75
1. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Umur	75
2. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis kelamin dan Frekuensi	77
3. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan	
Pekerjaan	78
4. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tingkat Sumber Informasi dan	
Pemilihan Lokasi	80
5. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal daerah.....	81
6. Pendapatan	82
B. Biaya Perjalanan Pengunjung Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort	
.....	83
C. Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan	85
D. Nilai Ekonomi Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort.....	99
E. Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort	
Berdasarkan Tingkat Kenyataan dan Harapan	103
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	119

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah kunjungan wisatawan Provinsi Lampung dari tahun 2017-2020	2
2. Kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian valuasi ekonomi dengan metode <i>travel cost</i> pada objek wisata pantai Grand Elty Kalianda Resort di Kabupaten Lampung Selatan	31
3. Skor tingkat harapan dan kenyataan	55
4. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis <i>Customer Satisfaction</i> Index (CSI)	59
5. Uji validitas tingkat harapan	63
6. Uji validitas tingkat kenyataan.....	64
7. Uji validitas persepsi pengunjung terhadap fasilitas	64
8. Uji reliabilitas tingkat harapan dan kenyataan	65
9. Uji reliabilitas fasilitas objek wisata Grand Elty.....	65
10. Jumlah penduduk di Kabupaten Lampung Selatan	69
11. Sebaran wisatawan berdasarkan jenis kelamin dan frekuensi.....	78
12. Sebaran wisatawan berdasarkan tingkat pendidikan dan pekerjaan	79
13. Sebaran wisatawan berdasarkan pemilihan lokasi dan sumber.....	81
14. Sebaran pengeluaran pengunjung objek wisata Grand Elty Kalianda Resort..	84
15. Hasil uji multikolinearitas	86
16. Hasil uji White (heteroskedastisitas).....	87
17. Hasil estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi Kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort	89
18. Hasil perhitungan nilai ekonomi objek wisata Grand Elty Kalianda Resort .	101
19. Jumlah akumulasi data tingkat kenyataan.....	104
20. Jumlah akumulasi data tingkat harapan	105
21. Perhitungan tingkat kepuasan berdasarkan analisis CSI.....	107
22. Tingkat harapan dan kenyataan atribut kepuasan pengunjung Grand Elty Kalianda Resort.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah pengunjung wisata Grand Elty Kalianda Resort Tahun 2022	4
2. Model valuasi ekonomi non pasar.....	14
3. Kurva surplus konsumen.....	23
4. Bagan alir valuasi ekonomi Grand Elty Kalianda Resort	40
5. Diagram kartesius importance performance analysis	61
6. Peta wilayah Kabupaten Lampung Selatan.....	68
7. Struktur organisasi objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.....	70
8. Sebaran umur pengunjung objek wisata Grand Elty Kalianda	76
9. Sebaran asal daerah pengunjung objek wisata Grand Elty Kalianda Resort	82
10. Sebaran pendapatan pengunjung objek wisata Grand Elty Kalianda Resort ...	83
11. Diagram kartesius IPA pada kepuasan pengunjung di objek wisata Grand Elty kalianda Resort	110

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang no.6/1996 tentang Perairan Indonesia, negara Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki garis pantai yang membentang sepanjang 95.181 km yang tersebar pada 17.508 pulau, besar maupun pulau kecil. Potensi alam tersebut merupakan potensi bahari yang dapat dimanfaatkan secara langsung terutama untuk sektor pariwisata di Indonesia. Potensi wisata ini jika dikembangkan dan dimanfaatkan akan dapat meningkatkan perekonomian negara. Maka, sangat beralasan bagi Indonesia bila hampir di semua daerahnya akan berupaya mengembangkan wisata pesisir dan bahari.

Perkembangan pariwisata di Indonesia semakin berkembang setiap tahunnya seiring dengan perkembangan perekonomian dunia. Hal tersebut didukung dengan meningkatnya minat dan kebutuhan manusia pada kebutuhan tersier yaitu berwisata. Kebutuhan tersebut dapat terpenuhi dengan mengunjungi objek wisata yang ada di dalam maupun di luar negeri. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah Indonesia untuk mengembangkan sektor pariwisata termasuk wisata pesisir dan bahari.

Pertumbuhan sektor pariwisata, secara tidak langsung dapat mempengaruhi pertumbuhan sektor lainnya. Semakin tinggi permintaan terhadap sektor pariwisata tidak menutup kemungkinan sektor lainnya akan ikut tumbuh secara positif (Purwanto, 2013). Hal tersebut mengindikasikan bahwa sektor pariwisata memiliki potensi yang sangat besar dalam mendorong pertumbuhan sektor-sektor lainnya yang dapat mempengaruhi laju perkembangan ekonomi di Indonesia. Perkembangan industri pariwisata yang

sangat dinamis dan terus diperkuat oleh kemajuan kesejahteraan ekonomi di dunia menyebabkan sektor pariwisata saat ini mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian (Subanti, 2011). Sektor pariwisata di Indonesia tidak hanya dapat menarik minat wisatawan domestik saja, namun juga menarik kunjungan wisatawan mancanegara. Berdasarkan data BPS (2021), jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia pada tahun 2021 berjumlah 524.571.392 kunjungan. Jumlah kunjungan tersebut berasal dari berbagai jenis pariwisata yang menjadi program unggulan pengembangan pariwisata di Indonesia.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi pengembangan pariwisata pantai yang memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan Provinsi Lampung memiliki panjang garis pantai yang berpotensi besar untuk dikembangkan. Panjang garis pantai Provinsi Lampung \pm 1.105 km, yang membentuk 4 (empat) wilayah pesisir, yaitu Pantai Barat, Teluk Semaka, Teluk Lampung dan Selat Sunda serta Pantai Timur (Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Lampung, 2022). Selain itu, letak geografis Provinsi Lampung yang berada di ujung selatan pulau Sumatra dan berbatasan langsung dengan selat Sunda menjadikannya strategis untuk dikunjungi wisatawan dari luar kota. Jika dikembangkan, potensi wilayah yang dimiliki dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Berikut data jumlah perjalanan wisatawan Provinsi Lampung dari tahun 2016-2020 yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan Provinsi Lampung dari tahun 2017-2020

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2017	6.002.487
2	2018	6.881.006
3	2019	17.957.376
4	2020	7.870.192
5	2021	8.855.256

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2021

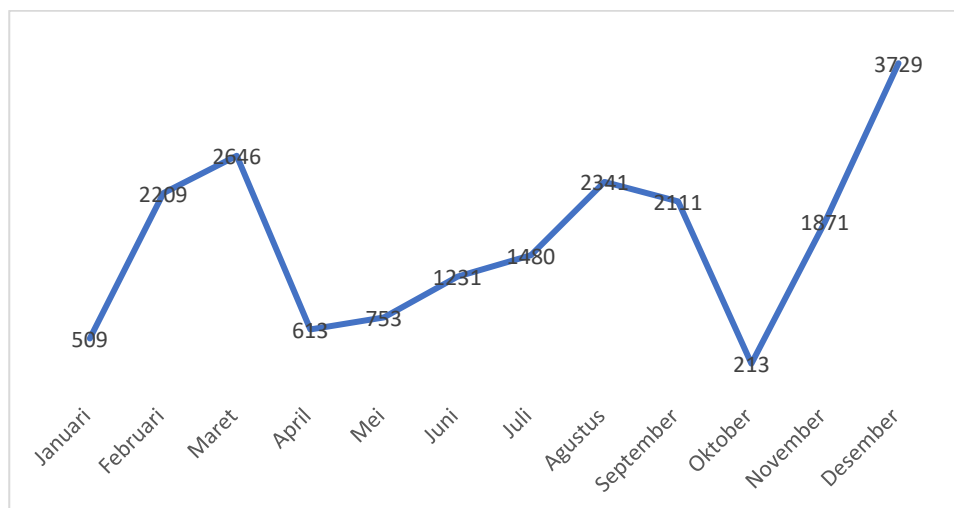
Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah perjalanan wisata ke Provinsi Lampung mengalami fluktuasi selama periode lima tahun terakhir. Pada tahun 2017,

jumlah perjalanan wisata ke Provinsi Lampung sebanyak 6.002.487 jumlah kunjungan. Selanjutnya, pada tahun 2018, mengalami kenaikan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun sebelumnya menjadi 6.881.006 jumlah kunjungan. Selanjutnya pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan kembali naik menjadi 17.957.376 jumlah kunjungan. Pada tahun 2020, terdapat pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun sebelumnya menjadi 7.870.192 jumlah kunjungan. Setelah mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan, pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan meningkat kembali menjadi 7.749.577 jumlah kunjungan.

Daerah yang memiliki potensi paling besar untuk dilakukan pengembangan wisata di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Selatan. Berdasarkan Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Lampung Selatan (RPDK) (2014), Lampung Selatan memiliki panjang garis pantai mencapai 247,76 km². Salah satu potensi yang memiliki prospek paling besar untuk dikembangkan di wilayah Kabupaten Lampung Selatan adalah pariwisata pantai. Hal ini ditandai dengan banyaknya jumlah objek wisata bahari yang tersebar di Kabupaten Lampung Selatan.

Pariwisata pantai memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan dikarenakan daerah kabupaten Lampung Selatan memiliki garis pantai yang panjang serta memiliki panorama yang indah. Selain itu, Kabupaten Lampung Selatan juga aktif dalam melakukan pengembangan wisata yang berjalan selaras dengan laju pariwisata di Provinsi Lampung. Saat ini, wisata pantai menjadi salah satu destinasi wisata favorit yang banyak dikunjungi oleh wisatawan di Kabupaten Lampung Selatan. Hal tersebut tidak terlepas dari peran pengelola dan pemerintah Kabupaten Lampung Selatan dalam melakukan pengembangan pariwisata terutama objek wisata pantai. Sehingga wisata pantai menjadi salah satu program prioritas dan unggulan dalam pengembangan pariwisata. Salah satu objek wisata yang menjadi favorit wisatawan ketika berkunjung ke Kabupaten Lampung Selatan yaitu objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

Objek wisata ini terletak tidak begitu jauh dari pusat pemerintahan Kabupaten Lampung Selatan dan dapat ditempuh melewati jalan lintas daerah. Wisata ini dapat ditempuh dengan jarak 8 km dari pusat Kota Kalianda dan berjarak 54 km bila ditempuh dari Kota Bandar Lampung. Selain itu, objek wisata ini juga mudah dijangkau oleh wisatawan luar daerah. Hal tersebut dikarenakan objek wisata ini tidak jauh dari pelabuhan Bakauheni yang menjadi pintu masuk pulau Sumatra. Jumlah kunjungan wisata Grand Elty Kalianda Resort terus meningkat setiap bulannya dikarenakan destinasi wisata ini merupakan salah satu destinasi pantai dan resort terbaik yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Dengan keunggulan tersebut maka akan dapat menarik banyak pengunjung untuk berwisata ke objek wisata tersebut. Grafik jumlah pengunjung wisata Grand Elty Kalianda Resort tahun 2022 pada Gambar 1.



Gambar 1. Jumlah pengunjung wisata Grand Elty Kalianda Resort Tahun 2022

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2023

Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Grand Elty Kalianda Resort mengalami fluktuasi selama periode tahun 2022. Pada awal tahun 2022, fluktuatif jumlah kunjungan terjadi antara bulan Januari hingga bulan April. Kenaikan jumlah wisatawan terjadi pada bulan April hingga Agustus. Kenaikan kunjungan wisatawan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort pada bulan Juni dan Juli dikarenakan bertepatan dengan libur sekolah tengah tahun. Kenaikan kunjungan wisata pada bulan Juni dan Juli

masing-masing sebesar 1231 dan 1480 wisatawan. Pada bulan Agustus, jumlah kunjungan wisatawan kembali naik menjadi 2341 wisatawan. Setelah mengalami kenaikan pada bulan sebelumnya, pada bulan September dan Oktober terjadi pengurangan jumlah wisatawan. Pengurangan jumlah wisatawan paling besar terjadi paling besar pada bulan Oktober dengan jumlah sebesar 213 wisatawan. Pengurangan jumlah wisatawan dikarenakan pada bulan tersebut bukan merupakan waktu yang digunakan masyarakat untuk berlibur dan masyarakat lebih memilih untuk berlibur di waktu berlibur akhir tahun. Pada bulan November dan Desember jumlah kunjungan wisatawan mengalami kenaikan yang tinggi dengan masing-masing sebesar 1871 dan 3729 wisatawan. Kenaikan jumlah kunjungan wisatawan pada bulan tersebut dikarenakan pada bulan tersebut bertepatan dengan waktu libur sekolah akhir tahun dan waktu cuti bersama akhir tahun bagi wisatawan.

B. Rumusan Masalah

Kabupaten Lampung Selatan memiliki berbagai macam destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Salah satu destinasi wisata populer yang sering dikunjungi oleh wisatawan yaitu Grand Elty Kalianda Resort. Destinasi tersebut menawarkan perpaduan antara kawasan pantai dan Resort yang ditunjang dengan fasilitas yang cukup lengkap. Lokasinya yang berada di pinggir pantai dan areanya yang luas membuat resort ini banyak dimanfaatkan oleh wisatawan untuk acara *gathering* dan *camping* anak-anak dan keluarga. Melalui fasilitas yang disediakan (area yang luas dan memiliki banyak kamar), pengunjung menjadikan resort ini sebagai salah satu kawasan wisata yang terbaik di wilayah Kalianda. Selain itu, area resort ini juga dilengkapi dengan resto dan kafe yang menambah kenyamanan wisatawan ketika mengunjungi objek wisata ini.

Sarana dan prasarana yang menunjang menjadi pertimbangan terhadap banyaknya pengunjung yang datang. Penyediaan sarana dan prasarana yang baik akan memberikan kepuasan terhadap pengunjung yang secara tidak

langsung akan membentuk sikap loyalitas terhadap objek wisata tersebut. Sikap tersebut menandakan bahwa konsumen menyukai apa yang ditawarkan oleh pihak pengelola. Kepuasan positif wisatawan dapat ditunjukkan melalui setia kepada satu tempat kunjungan objek wisata sebagai sarana *refreshing* dan merekomendasikan objek wisata tersebut kepada pengunjung lain (Pitana, 2005).

Di samping fasilitas, sarana dan prasarana yang diberikan, hal mendasar yang membuat wisatawan senang berkunjung ke destinasi wisata karena wisata Grand Elty kalianda Resort sesuai untuk semua kalangan umur. Ditambah lagi, biaya yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk masuk ke lokasi wisata tidak memberatkan wisatawan. Hal ini juga menjadi penentu kepuasan pengunjung. Keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk sekali berkunjung menjadi pertimbangan bagi wisatawan ketika mengunjungi destinasi selain adanya faktor-faktor lain yang perlu dianalisis lebih lanjut. Kepuasan pengunjung dapat menjadi acuan pengelola untuk dapat lebih meningkatkan kualitas objek wisata. Pengelola dapat menggali dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke objek wisata. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan konsumen dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen. Kotler menekankan tiga hal penting dalam membangun kepuasan konsumen, antara lain adalah mutu, pelayanan, dan nilai (Kotler & Keller, 2016).

Objek wisata dapat diasumsikan seperti barang dan jasa ekonomi yang ditawarkan kepada konsumen dengan penerapan teori permintaan yang dipengaruhi oleh fasilitas dan biaya yang dikeluarkan. Konsep TCM adalah metode yang digunakan berdasarkan komplementeri antara barang wisata dan barang yang digunakan untuk bepergian sampai ke daerah tujuan wisata (Tomy, 2021). Oleh karena itu, berlaku teori permintaan terhadap objek wisata berdasarkan atribut atribut yang disesuaikan pada kebutuhan wisatawan. Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort selain menjadi destinasi wisata, juga memberikan kontribusi yang baik terhadap kondisi perekonomian warga di

sekitar resort. Destinasi wisata ini membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar resort. Aktivitas yang dilakukan oleh objek wisata Grand Elty Kalianda Resort secara umum berdampak positif bagi pengembangan kawasan wisata dan untuk masyarakat sekitar. Akan tetapi, terdapat satu aktivitas yang dinilai berdampak negatif yang dilakukan oleh resort ini. Aktivitas tersebut adalah pengembangan area pariwisata yang ternyata dapat menurunkan hingga menghilangkan sumber daya alam (hutan bakau) yang ada di daerah tersebut. Hal ini jika dibiarkan dapat menurunkan daya tarik wisata pada kawasan wisata Grand Elty Kalianda Resort. Aktivitas yang dimaksud berkaitan dengan adanya alih fungsi lahan hutan bakau menjadi area objek wisata.

Alih fungsi lahan selain menghilangkan sumber daya alam (hutan bakau), dapat menyebabkan abrasi sepanjang garis pantai yang dapat membahayakan keberadaan kawasan wisata serta masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi wisata. Selain itu, seiring berjalannya waktu kegiatan pariwisata dapat menurunkan bahkan menghilangkan sumber daya alam yang ada di lokasi tersebut, sehingga dapat menurunkan daya tarik wisata. Dalam pengelolaan wisata, lingkungan menjadi pihak yang harus dikorbankan agar dapat tercapainya kesejahteraan masyarakat melalui pencapaian pertumbuhan ekonomi. Penilaian dirasa masih belum tepat dan menyeluruh terhadap lingkungan, terutama terhadap fungsi lingkungan yang tidak dapat dinilai secara langsung akibat belum terdapatnya nilai pasar. Fungsi lingkungan bagi pariwisata merupakan hal yang penting, yaitu sebagai penyedia fasilitas pariwisata. Hal ini menjadikan nilai sumberdaya alam dan lingkungan dinilai terlalu rendah yang berakibat menjadi pendorong terhadap kerusakan sumber daya alam dan lingkungan. Penilaian valuasi ekonomi secara umum mencoba untuk mengetahui atau mengestimasi nilai barang dan jasa dari lingkungan. Tujuan dari valuasi ekonomi adalah untuk memajukan keterkaitan antara konservasi sumberdaya alam dan pembangunan ekonomi. Oleh karena itu valuasi ekonomi dapat digunakan sebagai alat meningkatkan apresiasi dan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan (Fauzi, 2006).

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan, maka diperlukan suatu penelitian terkait biaya yang harus dibayarkan wisatawan untuk dapat berwisata ke Grand Elty Kalianda Resort sebagai biaya manfaat yang hilang karena adanya pemanfaatan lingkungan dan sumberdaya alam. Hal lain yang juga penting untuk diketahui adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. Selain itu, diperlukan suatu penilaian ekonomi dari objek wisata Grand Elty Kalianda Resort untuk mengetahui manfaat ekonomi yang didapat. Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort merupakan golongan barang yang tidak mempunyai nilai pasar dan termasuk dalam kategori wisata alam khususnya pantai, oleh karena itu dapat diketahui nilai ekonomi Grand Elty Kalianda Resort dengan valuasi ekonomi. Selain itu, diperlukan juga penilaian kepuasan pengunjung pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola untuk peningkatan kualitas objek wisata.

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

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort?
2. Bagaimana nilai ekonomi objek wisata Grand Elty Kalianda Resort berdasarkan biaya perjalanan?
3. Bagaimana kepuasan pengunjung terhadap atribut 4A di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.
2. Menganalisis nilai ekonomi objek wisata Grand Elty Kalianda Resort berdasarkan biaya perjalanan.

3. Mengkaji kepuasan pengunjung terhadap atribut 4A wisata di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pengelola yang terkait dengan destinasi wisata Grand Elty Kalianda Resort sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam melayani wisatawan sehingga daya tarik Grand Elty Kalianda Resort terus meningkat.
2. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai referensi dan menambah literatur ilmiah mengenai peran destinasi wisata dan valuasi ekonomi terhadap destinasi wisata yang baru.
3. Bagi pemerintah sebagai pertimbangan memperbaiki sarana destinasi wisata tertentu dan untuk pengambilan kebijakan.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Pariwisata

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata termasuk sektor yang sangat penting di Indonesia karena sektor pariwisata member andil bear dalam penyumbang devisa negara serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Melalui sektor pariwisata, peningkatan pertumbuhan ekonomi negara dapat terbantu dengan cepat, yaitu melalui penyediaan lapangan kerja, pendapatan masyarakat, hingga meninggikan taraf hidup masyarakat (Ermayanti, 2012).

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009, Peraturan Pemerintah RI tahun 2009, dan peraturan Pemerintah RI tahun 2010 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan:

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

- d. Kepariwisata adalah rangkaian keseluruhan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan pariwisata dan berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.
- e. Daerah tujuan pariwisata (destinasi Pariwisata) adalah letak satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya Tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, sehingga masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

2. Wisata Alam

Menurut Peraturan Pemerintah nomor 36 tahun 2010, wisata alam adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam di kawasan suaka margasatwa, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam.

Wisata alam merupakan suatu bentuk kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungannya. Wisata alam ini memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam. Selain itu, wisata alam ini memiliki potensi dan daya tarik yang tinggi bagi para wisatawan yang akan berkunjung serta kegiatannya ditunjukkan untuk para penggiat alam. Pariwisata alam sangat bergantung pada potensi Sumber Daya Alam (SDA) yang dimiliki sebagai objek pariwisata serta sebagai hal yang dijual kepada wisatawan. Sehingga, keberlanjutan dan kelestarian objek wisata harus tetap terjaga dan dilestarikan. Kerusakan alam yang ada pada objek wisata secara langsung dapat menurunkan nilai jual objek wisata yang bersangkutan.

3. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi adalah cara menentukan nilai kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya terhadap nilai pasar baik tersedia atau tidak (Fadhillah, 2015). Sedangkan menurut Fauzi (2006), Valuasi ekonomi adalah salah satu upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan dari nilai pasar baik yang tersedia ataupun tidak tersedia.

Valuasi ekonomi diperlukan dalam memutuskan pilihan kebijakan pembangunan yang berhubungan dengan sumberdaya alam dan lingkungan. Oleh karena itu, kuantifikasi manfaat (*benefit*) dan kerugian (*cost*) harus dilakukan agar proses pengambilan keputusan dapat berjalan dengan memperhatikan aspek keadilan (*fairness*). Tujuan valuasi ekonomi pada dasarnya adalah membantu pengambil keputusan untuk menduga efisiensi ekonomi (*economic efficiency*) dari berbagai pemanfaatan yang mungkin dilakukan (Fitri, 2017).

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah sebagai berikut.

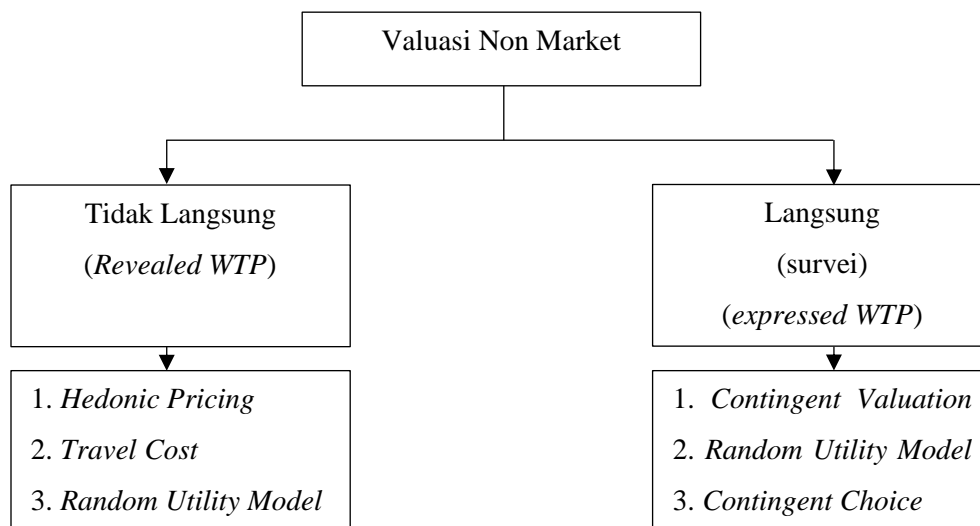
$$TEV = UV + NUV = (DUV + IUV) + (OV + EV + BV) \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- TEV = *Total economic value* (total nilai ekonomi)
- UV = *Use value* (nilai guna)
- NUV = *Non use value* (nilai intrinsik)
- DUV = *Direct use value* (nilai guna langsung)
- IUV = *Indirect use value* (nilai guna tak langsung)
- OV = *Option value* (nilai pilihan)
- EV = *Existence value* (nilai keberadaan)
- BV = *Bequest value* (nilai warisan)

Valuasi ekonomi menggunakan sumber daya alam dan lingkungan hingga saat ini telah berkembang pesat. Dalam penerapan ilmu ekonomi sumber daya dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan

sudah cukup banyak berkembang. Menurut Hufschmidt dalam Djijono (2000) secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei. Sehingga dalam hal ini valuasi ekonomi yang digunakan untuk sumberdaya termasuk dalam konteks valuasi ekonomi non pasar atau *non market value*. Menurut Fauzi (2006) dalam menentukan nilai ekonomi total dapat digunakan proses pendekatan non pasar (*non market*) yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model valuasi ekonomi non pasar

Sumber: Fauzi, 2006

Gambar 2 menunjukkan bahwa teknik valuasi ekonomi, dapat dibagi menjadi kelompok manfaat tidak langsung dan kelompok manfaat langsung. Berikut yang termasuk ke dalam kelompok manfaat tidak langsung, yaitu sebagai berikut.

a). *Travel Cost Method*

Travel Cost Method (TCM) adalah suatu metode yang dipakai untuk menilai ekonomi secara tidak langsung. TCM biasanya banyak digunakan untuk menganalisis suatu permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka. Prinsip TCM ini, digunakan untuk mengkaji seluruh biaya

yang dikeluarkan pada setiap individu untuk mengunjungi tempat-tempat rekreasi.

B). *Random Utility Model*

Random Utility Model lebih fokus mengenai pilihan yang berkaitan dengan alternatif lokasi wisata, serupa dengan TCM, namun *random utility model* tidak terpaku pada jumlah kunjungan rekreasi pada waktu tertentu saja namun pada saat faktor-faktor pengganti lokasi tersedia, sehingga nilai dari karakteristik suatu alternatif ke lokasi lain dapat diukur.

c). *Hedonic Pricing*

Hedonic Pricing merupakan suatu metode penilaian terhadap lingkungan yang didasari atas perbedaan harga sewa rumah ataupun harga sewa lahan yang diasumsikan adanya perbedaan kualitas lingkungan. Pendekatan ini secara tidak langsung digunakan untuk mengestimasi nilai perubahan kualitas lingkungan agar nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) dapat ditentukan.

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

a. Pendekatan Orientasi Pasar

- 1) Penilaian manfaat yang menerapkan harga pasar aktual barang dan jasa:
 - a) Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
 - b) Metode kehilangan penghasilan (*loss earning method*)
- 2) Penilaian biaya menggunakan harga pasar aktual terhadap perlindungan lingkungan yang ada:
 - a) Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - b) Biaya pengganti (*replacement cost methods*)
 - c) Proyek bayangan (*shadow project methods*)

- d) Analisa keefektifan biaya
- 3) Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*):
 - a) Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - b) Pendekatan nilai kepemilikan
 - c) Pendekatan nilai tanah
 - d) Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - e) Pendekatan perbedaan nilai upah (*wage differential methods*)
 - f) Penerimaan atas kompensasi

b. Pendekatan Orientasi Survei

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

Sedangkan yang termasuk dalam kelompok manfaat langsung adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) dimana informasi yang tergantung dari hipotesis yang dibangun biasanya disebut dengan metode *contingent* (tergantung). CVM bisa juga disebut dengan nilai keberadaan, biasanya metode ini dipakai untuk mengukur nilai pasif (*non* pemanfaatan) sumber daya alam. Tujuan dasar dari metode CV ini yaitu untuk mengetahui keinginan membayar (*Willingness to Pay* (WTP)) dari masyarakat, serta keinginan menerima (*Willingness to Accept* (WTA)) jika terjadi kerusakan dan maupun pemeliharaan sumber daya alam akibat perubahan sumber daya alam dan lingkungan. Kelebihan dari metode CVM ini yaitu dapat dipakai untuk berbagai penelitian dalam memperkirakan manfaat barang pada suatu lingkungan disekitar masyarakat. Metode ini diaplikasikan pada kebanyakan konteks kebijakan lingkungan, dan apabila dibandingkan dengan teknik lain, CVM memiliki keunggulan untuk mengestimasi *non use value* (Fauzi, 2006).

4. Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)

Metode Biaya Perjalanan merupakan metode yang digunakan untuk mengestimasi nilai yang berhubungan dengan ekosistem sumber daya seperti hutan wisata, taman umum, danau, dan pantai yang digunakan sebagai tempat rekreasi. *Travel cost method* merupakan bagian dalam valuasi ekonomi yang berguna mengetahui analisis atas kelayakan pembangunan serta pengembangan kawasan wisata, analisis rencana perubahan *land use*, analisis dampak kerusakan dan berguna sebagai penerapan kebijakan dalam menentukan tiket rekreasi agar mempengaruhi permintaan pasar (Fauzi, 2006). Dalam penggunaannya metode biaya perjalanan (TCM) mengaitkan proses analisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) dan prinsip utama yang dikaji adalah biaya yang dikeluarkan masing-masing individu untuk mengunjungi tempat rekreasi. Metode ini kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi dan sebagainya. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkansetiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Dengan mengkajipola ekspenditur dari konsumen, kita bisa mengkaji berapa nilai (*value*) yang diberikan konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan.

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

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

Pada metode TCM, nilai ekonomi diestimasi dengan menghitung biaya atas waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dibayarkan seseorang untuk mengunjungi suatu lokasi wisata. *Travel Cost Method* menurut Fauzi (2006) terdapat dua (2) tipe pendekatan yang dapat digunakan, antara lain:

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

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

Keterangan:

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

- b). *Individual travel cost*, metode survei yang lebih terperinci terhadap para pengunjung rekreasi.

Fungsi permintaan ITCM adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

Metode TCM merupakan suatu metode yang pertama kali menganggap bahwa nilai ekonomi dari suatu rekreasi berhubungan dengan biaya perjalanan yang dikeluarkan para pengunjung. Menurut Fauzi (2006) keunggulan dan penerapan TCM dibagi menjadi beberapa poin, yaitu:

a. Keunggulan TCM

TCM dipilih berdasarkan dua alasan utama:

- 1) Lokasi sangat bernilai bagi orang-orang sebagai lokasi wisata yang potensial. Di lokasi ini merupakan salah satu tempat yang tidak memiliki spesies langka yang akan membuat *non use values* di lokasi ini menjadi signifikan.
- 2) Anggaran dalam merawat serta melindungi lokasi ini relatif terjangkau, sehingga TCM menjadi pertimbangan metode yang sangat menarik.

b. Pemilihan Penerapan TCM

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

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

5. Sarana

Sarana Pariwisata adalah segala sesuatu yang melengkapi dan bertujuan untuk memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan lancar (Ghani, 2015). Sarana kepariwisataan dibagi menjadi tiga kelompok, diantaranya (Yoeti, 2012):

a. Sarana pokok (*main tourism superstructure*)

Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Sarana yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah:

- 1). *Travel agent*
- 2). *Tour operator*
- 3). Angkutan wisata
- 4). Rumah makan
- 5). Akomodasi
- 6). Objek wisata
- 7). Atraksi wisata

b. Sarana Pelengkap Kepariwisataaan (*Suplementing Tourism Superstructure*)

Yaitu perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah:

- 1). Sarana Olahraga
- 2). Sarana pariwisata sekunder, dan *amusement* lainnya.

c. Sarana Penunjang Kepariwisataaan (*Supporting Tourism Superstructure*)

Sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi memiliki fungsi lain yaitu, membuat wisatawan atau pengunjung daerah tujuan wisata lebih banyak mengeluarkan dan membelanjakan uangnya di tempat tujuan wisata yang mereka kunjungi.

6. Prasarana

Prasarana (*infrastructures*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya (Wahyu, 2018). Sedangkan menurut Menurut Warpani (2007) prasarana diantaranya:

a. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan daya hubung antar zona yang wujudnya berupa jalan raya dan jaringan angkutan. Aksesibilitas merupakan faktor penting dalam proses berwisata, tingkat kemudahan untuk menjangkau suatu kawasan wisata dilihat dari aksesibilitas yang berupa kondisi jalan raya, ketersediaan moda angkutan untuk menuju kawasan wisata tersebut. Peningkatan aksesibilitas berarti mempersingkat waktu dan biaya perjalanan.

b. Utilitas

Yang termasuk kelompok utilitas adalah:

1). Listrik

ketersediaan sumber energi listrik adalah prasyarat bagi pengembangan industri pariwisata. Tetapi harus diperhatikan penggunaannya. Tidak semua kawasan wisata membutuhkan listrik, atau hanya membutuhkan sedikit energi listrik.

2). Air bersih

3). Persediaan air minum

4). Toilet

5). Mushola

6). Jaringan pelayanan

c. Pelayanan kesehatan dalam bentuk pos kesehatan atau persediaan P3K

d. Keamanan, dalam bentuk Pos keamanan beserta pihak keamanan atau oknum petugas, agar terhindar dari tindakan-tindakan kriminal selama berada di kawasan wisata.

7. Permintaan Pariwisata

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Hukum permintaan adalah apabila harga produk naik maka jumlah produk yang diminta akan turun dan sebaliknya. Jadi hubungan antara harga dengan kuantitas produk yang diminta merupakan hubungan berlawanan arah, sehingga gradien/kemiringan dari fungsi permintaan akan selalu negatif. Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Purnomo et al., 2019). Asumsi *ceteris paribus* dan kurva permintaan pada umumnya adalah:

$$Q_x = f(P_x, P_y, M, T, E) \dots \dots \dots (4)$$

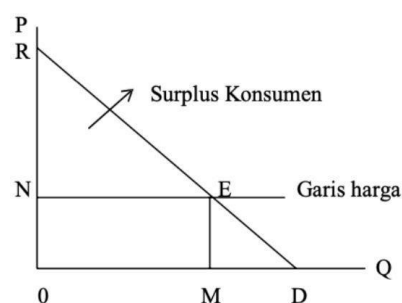
Dimana kuantitas barang X (Q_x) yang dapat dijual berkaitan dengan (fungsi dari) harga X (P_x), harga barang lain yang memiliki dampak atas permintaan akan X (P_y), pendapatan nominal konsumen (MI), selera konsumen (T), dan dugaan konsumen dimasa depan (E) (Sawitri, 2014).

Permintaan pariwisata biasanya diukur dengan jumlah total dari kunjungan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata. Menurut teori ekonomi, permintaan suatu barang merupakan fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut dan barang lainnya. Demikian juga halnya, permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Stabler et al., 2010). Dalam melaksanakan kegiatan wisata, pengunjung memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi sehingga biaya perjalanan dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang. Permintaan wisata selain yang disebutkan di atas juga ditentukan oleh sifat-sifat tempat tujuan, perjalanan, daya tarik objek wisata, dan efektif tidaknya kegiatan pemasaran tempat tujuan (Igunawati, 2010).

8. Surplus Konsumen

Surplus konsumen dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara jumlah maksimum yang ingin dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan harga sebenarnya yang harus dibayarkan oleh konsumen. Surplus konsumen muncul ketika konsumen menerima manfaat lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar dari hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Ketika kesediaan membayar konsumen lebih tinggi dari harga pasar suatu produk, maka saat itulah surplus konsumen dapat terjadi. Surplus konsumen menggambarkan manfaat yang diperoleh konsumen karena dapat membeli semua unit barang yang diinginkan namun dengan tingkat harga yang lebih rendah (Mankiw et al., 2014).

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar dari hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Surplus konsumen memberikan gambaran manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkatan rendah. Pada pasar yang berfungsi baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit produk yang diperdagangkan. Secara sederhana, surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak di antara kurva permintaan dan garis harga (Djijono, 2002).



Gambar 3. Kurva surplus konsumen

Sumber: Djijono, 2002

Keterangan:

OREM = Total utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total nilai surplus konsumen

Kurva permintaan mengukur jumlah yang akan dibayar oleh konsumen untuk setiap unit yang dikonsumsi. Gambar 3 dapat dilihat total bidang kurva permintaan (OREM) menunjukkan *total utilitas* yang diperoleh atas konsumsi suatu barang atau merupakan ukuran kesediaan untuk membayar total, karena jumlah tersebut merupakan penjumlahan nilai-nilai marginal Q dari 0 sampai M, dengan mengurangkan biaya suatu barang bagi konsumen (ONEM), nilai surplus konsumen ditunjukkan sebagai bidang segitiga (NRE) dan merupakan ukuran kemauan untuk membayar di atas pengeluaran kas untuk konsumsi (Djijono, 2002).

kemauan seseorang akan membayar, berdasarkan fungsi manfaat marginal yang dapat ditentukan, hasilnya adalah kurva permintaan individu untuk Q. Karena manfaat berlereng turun ke kanan (negatif), maka demikian pula kurva permintaannya. Dalam hal ini kurva permintaan yang dimaksud adalah kurva permintaan Marshal. Guna kurva permintaan Marshal, karena kurva permintaan tersebut dapat diestimasi secara langsung dan mengukur kesejahteraan melalui surplus konsumen (Djijono, 2002).

9. Kepuasan Pengunjung

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan sebuah metode analisis yang dalam kenyataannya digunakan sebagai pengukuran indeks kepuasan konsumen yang melihat pada keterkaitan antara suatu merek dan produk (Supranto, 2011). CSI digunakan untuk melihat persentase kepuasan responden terhadap produk atau jasa. Dengan kata lain, metode ini menjadi sebuah gambaran bagaimana kemungkinan seorang pelanggan mempertimbangkan untuk beralih ke produk lain yang dirasa lebih baik, dengan pertimbangan jika produk tersebut terjadi perubahan dalam hal harga pelayanan ataupun atribut lain yang menyebabkan biaya yang

dikeluarkan oleh konsumen terhadap produk tersebut menjadi lebih besar. Metode ini digunakan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan (*Index satisfaction*) dari tingkat harapan dan tingkat kenyataan. Tahapan-tahapan dalam pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah:

- 1). Menghitung *Weighting Factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata harapan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut yang diuji.
- 2). Menghitung *Weighted Score* (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kenyataan masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
- 3). Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.
- 4). Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan adalah 5) kemudian dikali 100% (Supranto, 2006).

Menurut Aritonang (2005), untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

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

10. Indikator Kepuasan Pengunjung

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi loyalitas, semakin tinggi tingkat kepuasan maka loyalitas akan semakin tinggi. Sehingga dapat disimpulkan kepuasan wisatawan adalah perasaan

senang atau puas setelah berkunjung ke suatu destinasi wisata, semakin puas wisatawan dapat berdampak pada banyaknya jumlah wisatawan dan akan mempengaruhi pendapatan daerah (Zeithaml, 2000).

Komponen pariwisata dalam upaya pengembangan pariwisata terutama daya tarik wisata, ada beberapa komponen yang harus dikembangkan dan dimiliki semua daya tarik wisata. Komponen tersebut yaitu:

a) Atraksi

Atraksi atau objek daya tarik wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan hal yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut modal atau sumber kepariwisataan.

Modal atraksi wisata untuk menarik wisatawan meliputi:

- 1) *Natural resources* (sumber daya alami) seperti gunung, pantai, danau, dan bukit
- 2) Atraksi budaya seperti arsitektur rumah tradisional, situs arkeologi, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, keramah-tamahan dan makanan
- 3) Atraksi buatan seperti olahraga, pusat perbelanjaan, pameran, konferensi dan lain-lain.

b) Aktivitas

Menurut Damanik dan Weber (2006) Aktivitas muncul karena keberadaan atraksi wisata dan munculnya fasilitas pelayanan wisata. Aktivitas yang dimaksud adalah aktivitas yang mengarahkan pada harapan pergerakan, kehidupan kawasan, kegembiraan atau kesenangan. Tidak lepas dari tumbuhnya fungsi-fungsi kegiatan kepariwisataan yang mendominasi penggunaan ruang-ruang pada kawasan wisata tersebut. Semakin dekat dengan lokasi wisata atau potensi wisata maka keberadaan aktivitas semakin dibutuhkan, karena dengan keberadaan tersebut diharapkan dapat mengintegrasikan dan menjadi penghubung antar kegiatan yang terjadi di lokasi wisata.

Aktivitas merupakan kegiatan mendasar yang mengarah pada suatu pergerakan. Aktivitas terdiri dari dua pihak yaitu dari wisatawan dan dari pelaku wisata. Dari wisatawan, aktivitas timbul karena adanya rasa puas dengan atraksi wisata yang ada. Dari pelaku wisata yang banyak dikunjungi wisatawan. Suatu aktivitas yang sukses dalam pariwisata adalah yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

- 1) Kreativitas, adanya aktivitas baru yang muncul.
- 2) Khas, aktivitas pada atraksi wisata tersebut tidak dimiliki oleh atraksi wisata yang lain.
- 3) Keberagaman, aktivitas yang ada lebih dari satu macam.
- 4) Aktif, aktivitas berlangsung secara terus-menerus dan berkelanjutan.

c) Amenities

Amenitas merupakan serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi (tempat penginapan, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan lainnya). Kepuasan wisatawan menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan (Arpiani, 2021). Menurut Damanik dan Weber (2006) Amenitas adalah Infrastruktur yang tidak langsung terkait dengan pariwisata. Tapi seiring kebutuhan bagi wisatawan, seperti bank, money changer, akomodasi, telekomunikasi dan sebagainya. Semakin lengkap dan terintegrasikan ketiga unsur tersebut dalam produk wisata, maka semakin kuat posisi penawaran dalam sistem kepariwisataan.

Akomodasi diperlukan oleh wisatawan yang sedang berkunjung ke tempat wisata untuk tempat tinggal sementara sehingga dapat beristirahat sebelum melakukan kegiatan wisata selanjutnya. Dengan ada akomodasi membuat wisatawan untuk tinggal dengan jangka waktu

yang panjang untuk menikmati daya tarik wisata. Hal-hal lain yang berkaitan dengan akomodasi wisata sangat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung seperti pilihan akomodasi, jenis fasilitas dan layanan yang diberikan, tingkat harga, serta jumlah kamar yang tersedia. Menurut Suwanto (2004) fasilitas wisata secara kuantitatif menunjuk pada suatu fasilitas wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif menunjukkan pada suatu layanan yang diberikan dan tercermin pada kepuasan wisatawan.

d) Aksesibilitas

Aksesibilitas pariwisata sebagai sarana yang memberikan kemudahan terhadap wisatawan untuk bisa mencapai suatu destinasi wisata (Arpiani, 2021). French dan Sunaryo (2013) menyebutkan faktor-faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan lainnya. Aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan (Susantono, 2004). Karakteristik sistem transportasi ditentukan oleh aksesibilitas. Menurut Saming (2000) elemen-elemen aksesibilitas adalah:

- 1) Infrastruktur
- 2) Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, dan marina
- 3) Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.
- 4) Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.

11. Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Ranguti (2005), analisis tingkat kepentingan dan kepercayaan (kinerja) atau Importance and Performance Analysis (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat

Harapan dan kenyataan yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Importance and Performance Analysis (IPA) menggambarkan kenyataan sebuah produk dibandingkan dengan harapan konsumen akan kenyataan yang seharusnya ada dengan menggunakan Diagram Kartesius.

B. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan valuasi ekonomi dengan metode *travel cost* pada obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort antara lain: Valuasi ekonomi kawasan wisata pulau pisang kabupaten pesisir barat yang ditulis oleh Arifa, Abidin, Marlina (2019). Evaluasi ekonomi dengan metode *travel cost* pada taman wisata pulau pahawang kabupaten pesawaran yang ditulis oleh Rofiiqoh, Prasmatiwi, Affandi (2017). Valuasi ekonomi Youth Camp di Taman Hutan Raya wan Abdul Rahman (Tahura WAR) yang ditulis oleh Rahmat, Bustanul, Zainal (2021). Nilai ekonomi object wisata berbasis jasa edukasi pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor yang ditulis oleh Desi, Bustanul, Adia (2019). Valuasi ekonomi dan dampak wisata alam Bukit Sakura terhadap perekonomian masyarakat yang ditulis oleh Maitry, Prasmatiwi, Endaryanto (2022).

Valuasi ekonomi object wisata pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta yang ditulis oleh Uswatun (2018). Valuasi ekonomi objek wisata alam pantai Pasir Putih Dagelan Gersik yang ditulis oleh Nanin dan Slamet (2020). Valuasi ekonomi objek wisata pantai wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta dengan pendekatan *travel cost* yang ditulis oleh Theresia, Suradi, dan Siti (2019). Valuasi ekonomi wisata pantai Sawarna Dengan Menggunakan *travel cost method* yang ditulis oleh Rifki, Kancitra (2019), Valuasi ekonomi objek

wisata kawasan pantai Baron Gunung Kidul aplikasi *travel cost method* yang ditulis oleh Hedro (2021).

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena masih sedikit peneliti yang meneliti objek wisata bahari. Secara mendasar, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu adanya perbedaan antara jenis objek wisata yang diteliti, alat analisis yang dilakukan, latar belakang, lokasi penelitian dan tujuan penelitian. Secara lebih terperinci, berikut ini merupakan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian- penelitian terdahulu:

- a. Dari 10 penelitian terdahulu tersebut yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah lokasi wisata yang terletak di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort yang berlokasi di Kabupaten Lampung Selatan.
- b. Selain itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terkait penilaian kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini memiliki beberapa keunggulan karena terdapat variabel dan faktor yang berbeda, serta tujuananalisis yang berbeda dengan penelitian terdahulu.

Tabel 2. Kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian valuasi ekonomi dengan metode travel cost pada objek wisata pantai Grand Elty Kalianda Resort di Kabupaten Lampung Selatan

No	Judul/Peneliti /Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. (Efti Arifa, Zainal Abidin, Lina Marlina. 2019).	1. Mengetahui manfaat ekonomi yang diperoleh dari Pulau Pisang. 2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan wisata Pulau Pisang.	Pemilihan dipilih secara purposive. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak ditetapkan terlebih dahulu, namun langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui, setelah jumlahnya mencukupi pengumpulan data dapat dihentikan.	1. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode biaya perjalanan (<i>travel cost</i>). 2. Metode analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke kawasan wisata Pulau Pisang.	Biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp341.563,00 per individu per kunjungan. Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi untuk biaya transportasi yaitu Rp149.150,28 per kunjungan sebesar 42% dari total biaya perjalanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan kawasan wisata Pulau Pisang adalah jarak, umur, dan biaya perjalanan (<i>travel cost</i>). Total perhitungan nilai ekonomi dengan menggunakan metode <i>Travel Cost Method</i> pada kawasan wisata Pulau Pisang sebesar Rp80.503.202.900.000,00 per tahun.
2.	Evaluasi Ekonomi Dengan Metode <i>Travel</i>	1. Mengetahui biaya perjalananyang dikeluarkan pengunjung	Pemilihan dipilih secara purposive. Proses pengambilan data	1. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode biaya perjalanan.	Rata-rata biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung adalah sebesar Rp459.726,00. Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi

<p><i>Cost</i> pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. (Rofiiqoh, A., Fembriarti, E.P., M Irfan Affandi. 2017).</p>	<p>taman wisata Pulau Pahawang. 2. Mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan taman wisata Pulau Pahawang</p>	<p>diambil cenderung pada masa musim liburan dan akhir pekan (peak season). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung taman wisata Pulau Pahawang yang melakukan rekreasi. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya</p>	<p>2. Metode analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke taman wisata Pulau Pahawang.</p>	<p>yaitu biaya paket wisata, dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan sebesar Rp344.092,00. Sedangkan alokasi biaya perjalanan terendah yaitu biaya lain-lain dengan rata-rata sebesar Rp13.503,00. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan responden taman wisata Pulau Pahawang adalah jarak dan biaya perjalanan (<i>travel cost</i>). Nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang jika dikuantitatifkan dari nilai total kekayaan yang terkandung di dalamnya secara keseluruhannya adalah Rp6,944 triliun.</p>
<p>3. Valuasi Ekonomi Youth Camp Di Taman Hutan Raya wan Abdul Rahman (Tahura WAR). (Rahmat, R.M., Bustanul, A., Zainal, A.</p>	<p>1. Menganalisis biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung wisata Youth Camp di Tahura WAR. 2. Menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi frekuensi</p>	<p>Pemilihan lokasi penelitian dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa adanya masalah yang sesuai dan berhubungan. Penentuan ukuran sampel</p>	<p>1. Metode yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini adalah metode biaya perjalanan. 2. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua adalah analisis deskriptif kuantitatif menggunakan alat analisis regresi poisson.</p>	<p>Biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung wisata Youth Camp di Tahura WAR adalah sebesar Rp74.338,81 per individu per kunjungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Youth Camp di Tahura WAR secara signifikan ialah biaya perjalanan, pendapatan, jarak dan fasilitas. Valuasi ekonomi Youth Camp di Tahura WAR</p>

	2021).	kunjungan wisata Youth Camp di Tahura WAR dan mengetahui valuasi ekonomi wisata Youth Camp di Tahura WAR.			dengan metode biaya perjalanan sebesar Rp1.924.199.823.454,41.
4.	Nilai Ekonomi Object Wisata berbasis Jasa edukasi Pertanian Di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. (Desi, A.M., Bustanul, A., Adia, N., 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkaji faktoryang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. 2. Mengetahui kesediaan membayar tiket masuk. 3. Menganalisis nilai ekonomi obyek wisata Sentulfresh Education Farmdi Kabupaten Bogor. 	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja dengan pertimbangan perlu dilakukan perhitungan nilai ekonomi obyek wisata Sentulfresh Education Farm. Ukuran sampel penelitian ini adalah 68 responden masingmasinguntuk pengunjung asli dan pengunjung potensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis variabel dependen yaitu frekuensi kunjungan yang diduga mempengaruhi variabel independen meliputi biaya perjalanan, tingkat pendidikan, usia, pendapatan, jarak dan sarana prasarana. Variabel sarana dan prasarana sebagai variabel dummy. 2. Metode biaya perjalanan yang dikeluarkan individu pengunjung dalam satu kali perjalanan rekreasi meliputi biaya konsumsi selama rekreasi, biaya transportasi pulang pergi, biaya paket wisata biaya 	Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke obyek wisata Sentulfresh Education Farmdi Kabupaten Bogor secara signifikan adalah biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jarak. Kesediaan membayar tiket masuk oleh pengunjung obyek wisata Sentulfresh Education Farm di Kabupaten Bogor adalah sebesar Rp75.367,65 per individu untuk paket wisata happy kids, Rp95.220,59 per individu untuk paket wisata super kids, dan 71.323,53 untuk paket wisata orang tua. Total nilai ekonomi obyek wisata Sentulfresh Education Farm di Kabupaten Bogor adalah sebesar

			Sentulfresh Education Farm yang dipilih menggunakan metode accidental sampling dengan kriteria usia 17 tahun ke atas.	dokumentasi dan biaya lain-lain.	Rp11.101.412.264,62. Nilai ekonomi dari kegiatan wisata tergolong tinggi sehingga keberadaan kawasan obyek wisata Sentulfresh Education Farm perlu dipertahankan.
5.	Valuasi Ekonomi Dan Dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. (Meitry, I., Fembriarti, E.P, Teguh, E.,2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui biaya perjalanan pengunjung. 2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan pengunjung wisata alam Bukit Sakura. 3. Mengetahui nilai ekonomi Bukit Sakura. 4. Mengetahui dampak Bukit Sakura terhadap perekonomian masyarakat. 	<p>Pemilihan dipilih secara purposive karena Bukit Sakura merupakan satu-satunya tempat wisata yang bertemakan Negara Jepang di Kota Bandar Lampung. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel pengunjung dengan menggunakan accidental sampling. Perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini merujuk pada teori Issac dan Michael (1995).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alat analisis yang digunakan adalah biaya perjalanan (<i>travel cost</i>). 2. Analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi Poisson. Analisis pada regresi Poisson digunakan untuk. 3. Alat analisis yang digunakan adalah biaya perjalanan individu (<i>Individual Travel Cost Method</i>). 4. Analisis deskriptif kuantitatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan hasil penelitian biaya perjalanan pengunjung adalah sebesar Rp88.805 per individu per kunjungan. 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah umur dan biaya perjalanan (<i>travel cost</i>). 3. Nilai ekonomi wisata Bukit Sakura sebesar Rp13.111.054.718,63 per tahun. 4. Nilai Keynesian Income Multiplier sebesar 0,45, nilai Ratio Income Multiplier Tipe 1 sebesar 2,68 dan nilai Ratio Income Multiplier Tipe 2 sebesar 5,18. Nilai Keynesian Income Multiplier sebesar 0,45 yaitu diantara angka nol dan satu ($0 < x < 1$), maka disimpulkan bahwa wisata Bukit Sakura masih memiliki dampak ekonomi yang rendah.

6.	<p>Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. (Rifki, K., Uswatun, K. 2018).</p>	<p>1. Mengetahui estimasi nilai ekonomi obyek Pantai Parangtritis. 2. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan di Pantai Parangtritis.</p>	<p>Penelitian dilaksanakan di Objek Wisata pantai parangtritis. Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dalam menentukan target responden.</p>	<p>1. Metode penelitian dianalisis menggunakan pendekatan TCM yang mendasarkan penilaian pada WTP responden terhadap obyek wisata Pantai Parangtritis. 2. Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan di Pantai Parangtritis.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa nilai rata-rata ekonomi Pantai Parangtritis sebesar Rp14.605101.491 per tahun dengan menggunakan Regresi Count Data dalam model Poisson. Dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan di Pantai Parangtritis, terdapat dua variabel yang berpengaruh dan signifikan yaitu variabel Total Cost dan Tingkat Pendapatan.</p>
7.	<p>Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dagean Gersik. (Nanin, H., Slamet, S. 2020).</p>	<p>1. Mengetahui nilai manfaat langsung Pantai Pasir Putih Dagean. 2. Mengetahui nilai manfaat tidak langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dagean.</p>	<p>Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive). Teknik insidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja</p>	<p>1. Metode perhitungan TCM digunakan untuk mengetahui nilai surplus konsumen. 2. Metode TEV (Total Economic Value) yang terdiri dari nilai guna langsung menggunakan harga pasar dan nilai guna tidak langsung menggunakan benefit transfer.</p>	<p>Nilai manfaat langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dagean Gresik sebesar Rp. 301.800.000,- per tahun. Nilai manfaat langsung didapatkan dengan pendekatan harga pasar dari keberadaan sumber daya alam yaitu pasir dan pohon Waru. Nilai manfaat tidak langsung didapatkan dengan metode <i>Travel Cost Method</i></p>

		3. Mengetahui nilai total ekonomi dari Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan.	responden yang kebetulan bertemu di lokasi penelitian. Penentuan Jumlah sampel diambil menggunakan rumus linier time function.	3. Metode <i>Individual Travel Cost Method</i> (ITCM) yang didasarkan pada survei atas pengunjung ke tempat rekreasi.	(TCM) untuk mengetahui surplus konsumen per tahun per individu pada tahun 2019. Sehingga didapatkan nilai manfaat tidak langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik Rp.63.589.093.000,- per tahun. Total nilai ekonomi dari pantai Wisata Pantai Pasir Putih sebesar Rp. 63.890.893.000,- per tahun. B
8.	Valuasi Ekonomi Obyek Wisata pantai wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta Dengan pendekatan <i>Travel Cost</i> . (Theresia, P., Suradi, W. S., Siti, R. 2019).	1. Mengetahui potensi wisata Pantai Wediombo. 2. Mengetahui nilai ekonomi wisata bahari Pantai Wediombo berdasarkan biaya perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>).	penelitian valuasi ekonomi dilakukan di obyek wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta. Responden pengunjung wisata diambil dengan menggunakan teknik <i>Accidental Sampling</i> . Penentuan jumlah responden menggunakan metode Slovin.	1. Metode biaya perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>) dengan menghitung biaya transportasi, konsumsi, tiket masuk dan biaya pengeluaran lainnya. 2. Metode perhitungan Potensi wisata.	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa potensi yang dimiliki oleh Pantai Wediombo mencakup keindahan dan kebersihan pantai, gugusan karang, laguna, pasir putih dan air laut termasuk dalam kategori sangat baik, sarana dan prasarana yang sudah memadai, pelayanan pengelola yang kurang baik serta potensi budaya masyarakat seperti upacara Ngalangi. Pada perhitungan nilai ekonomi obyek wisata Pantai Wediombo dengan pendekatan <i>travel cost</i> maka diperoleh hasil sebesar Rp. 52.787.622.096/tahun dengan rata-rata biaya perjalanan

					individu sebesar Rp 208.296,- /kunjungan
9.	Valuasi Ekonomi wisata pantai Sawarna Dengan Menggunakan <i>Travel Cost method</i> . (Rifki, A. 2019).	1. Mengetahui nilai valuasi ekonomi di Panati Sawarna.	Dalam penelitian ini digunakan data primer dan sekunder. Data primer dilakukan secara langsung terhadap obyek penelitian berdasarkan dari hasil observasi lapangan dengan melakukan survei dan wawancara kuesioner. Data sekunder didapatkan dari pihak pengelola Pantai Sawarna.	1. Metode yang dapat dilakukan untuk mengetahui nilai lingkungan dari keindahan alam sehingga dapat dimanfaatkan untuk obyek wisata, dengan menghitung biaya perjalanan atau <i>Travel Cost Method</i> .	Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui kesimpulan mengenai valuasi nilai ekonomi di Panati Sawarna dengan menggunakan <i>Travel Cost Method</i> . Nilai rata-rata WTP diketahui Rp. 93.672, sehingga diperoleh nilai ekonomi Pantai Sawarna adalah Rp. 6.722.558.424 / tahun Nilai surplus konsumen adalah Rp. 5.164.066.252, analisis regresi yang di dapat bahwa variabel bebas X2 Usia, X6 jarak tempuh dan X7 jenis kendaraan yang berpengaruh signifikan terhadap nilai WTP. Nilai WTP akan relatif lebih tinggi bila lebih banyak dikunjungi pengunjung yang pertama kali berkunjung.
10	Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Kawasan Pantai Baron Gunung Kidul Aplikasi <i>Travel Cost Method</i> . (Hendra, W. 2021).	1. Mengetahui nilai ekonomi dari Kawasan Pantai Baron dengan menggunakan Individual <i>Travel Cost Method</i> (ITCM).	Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan purposive sampling. Jumlah responden yang ditemui yaitu sebanyak 238	1. Metode yang dapat digunakan untuk mengestimasi nilai suatu barang/jasa yang tidak memiliki nilai pasar yaitu dengan <i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan estimasi nilai ekonomi Kawasan Pantai Baron dengan TCM, diketahui nilai ekonomi Kawasan Pantai Baron sebesar Rp560.182.653.564,00 per tahun dan surplus konsumen per kunjungan per individu sebesar Rp282.531,00. Dengan mempertimbangkan nilai ekonomi tahunan Kawasan Pantai Baron

orang namun tidak semua responden bersedia untuk mengisi item pertanyaan dalam kuesioner.

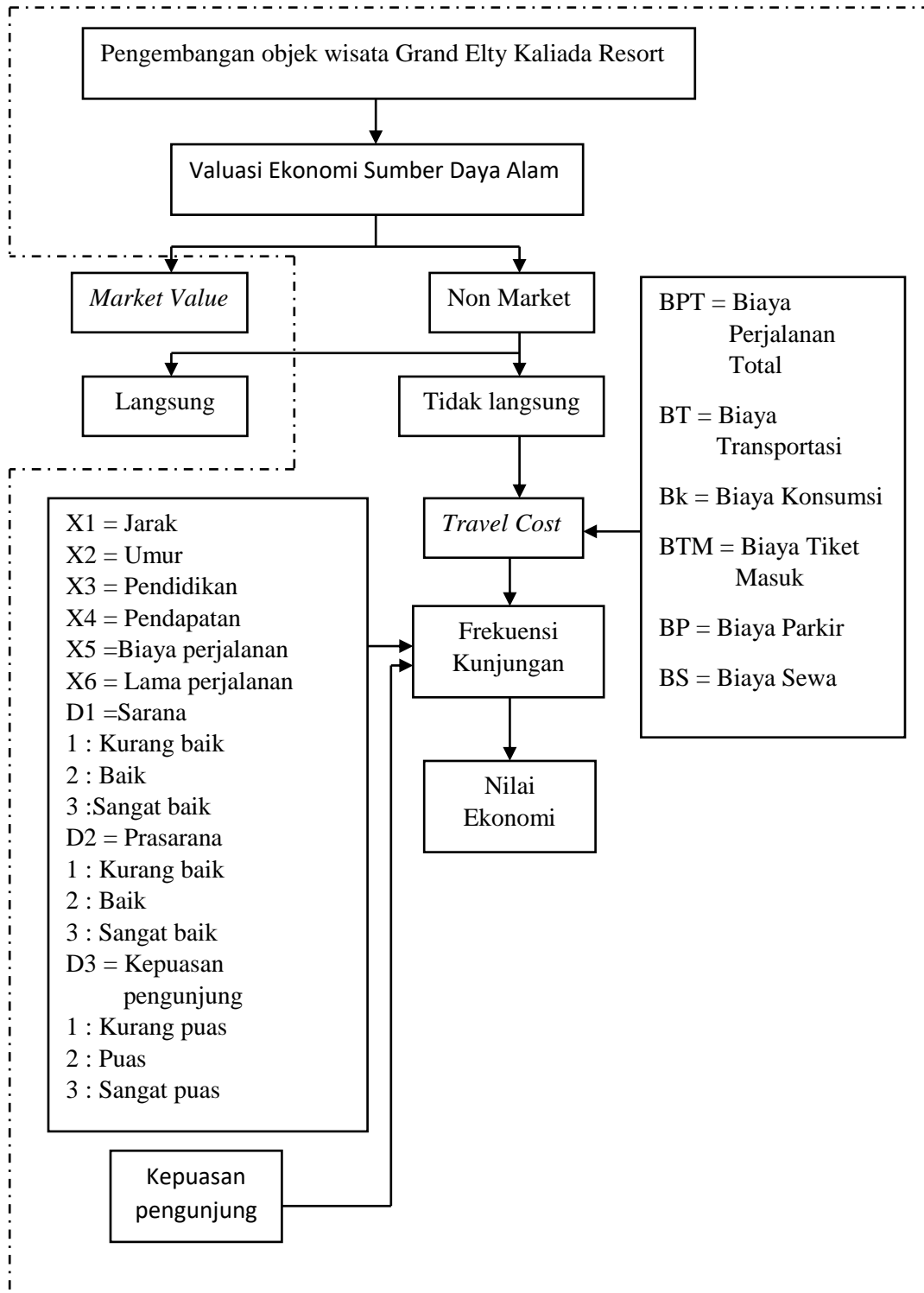
sebesar Rp560.182.653.564,00, maka kegiatan/ proyek revitalisasi Kawasan Pantai Baron dari ancaman abrasi dan penurunan kualitas lingkungan diperkirakan cukup layak untuk dilaksanakan dari sisi ekonomi.

C. Kerangka Pemikiran

Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort merupakan salah satu objek wisata bahari yang terdapat di Kabupaten Lampung Selatan. Wisata Grand Elty Kalianda Resort merupakan salah satu wisata resort terbaik yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Semakin lama destinasi wisata Resort ini semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari pengembangan terhadap sarana dan prasarana yang terus dilengkapi dari sebelumnya.

Nilai ekonomi Grand Elty Kalianda Resort dihitung menggunakan pendekatan biaya perjalanan *Travel Cost Method* (TCM), yaitu dengan menghitung biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort yang terlebih dahulu menghitung surplus konsumen per individu per kunjungan. Biaya perjalanan tersebut meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk dan biaya lain-lain. Nilai ekonomi Grand Elty Kalianda Resort pertahunnya dapat dihitung berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke objek wisata ini.

Frekuensi kunjungan wisatawan ke Grand Elty Kalianda Resort dipengaruhi oleh jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan lama perjalanan, dan fasilitas yang disediakan. Hal ini berhubungan erat dengan kenyamanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan yang akan meningkatkan daya tarik dan minat wisatawan untuk dapat berkunjung. Sebaliknya dalam pemberian pelayanan yang kurang baik akan dapat mengurangi minat dan kenyamanan pengunjung selama berwisata. Dengan mengetahui frekuensi kunjungan wisatawan kita dapat menghitung besarnya nilai ekonomi Grand Elty Kalianda Resort per tahun. Kerangka penelitian ini disajikan dalam Gambar 4.



Keterangan:

----- = Bagian yang dianalisis

Gambar 4. Bagan alir valuasi ekonomi Grand Elty Kalianda Resort

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Diduga tidak terdapat pengaruh secara bersama sama antara jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, sarana, prasarana, dan kepuasan pengunjung terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Grand Elty Kalianda Resort.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menganalisis nilai valuasi ekonomi dari objek wisata Grand Elty Kalianda Resort adalah metode survei. Metode survei merupakan metode yang digunakan dengan mengumpulkan informasi secara terorganisir dan mengiringi metode ilmiah tentang bentuk karakteristik dari semua atau sebagian dalam suatu populasi dengan perhitungan yang tepat melalui konsep, metode dan prosedur yang telah baku dan mengelompokan informasi tersebut menjadi gabungan dalam suatu bentuk ringkasan yang berguna (Asra, Irwan, dan Purwoto, 2015).

B. Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup semua pengertian dan pengukuran yang dipergunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan batasan operasional dalam penelitian ini adalah:

Jarak tempat tinggal merupakan jarak yang ditempuh dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi daerah tujuan wisata pantai Grand Elty Kalianda Resort dalam satuan kilometer.

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

Tingkat pendidikan adalah pendidikan formal terakhir yang ditempuh oleh pengunjung yang dinyatakan dalam bentuk jenjang pendidikan.

Pendapatan adalah jumlah seluruh gaji atau uang saku yang diterima oleh pengunjung dan diukur dalam satuan rupiah per bulan.

Biaya Perjalanan adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk dapat melakukan kunjungan ke suatu tempat. Biaya perjalanan meliputi, biaya transportasi pulang-pergi, konsumsi, biaya fasilitas dan biaya lain-lain yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Lama perjalanan adalah waktu yang dibutuhkan oleh pengunjung untuk sampai ke tempat wisata yang dinyatakan dalam satuan jam.

Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan. Pengukuran variabel ini menggunakan variabel dummy, D1 untuk 1 = kurang baik 2 = cukup baik 3 = sangat baik.

Sarana Pariwisata adalah fasilitas yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengukuran variabel ini menggunakan variabel dummy, D2 untuk 1 = kurang baik 2 = cukup baik 3 = sangat baik.

Kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Pengukuran variabel ini menggunakan variabel dummy, D3 untuk 1 = kurang puas 2 = puas 3 = sangat puas.

Biaya Transportasi adalah Sejumlah uang/biaya yang dikeluarkan oleh seseorang untuk membeli bahan bakar agar dapat mengunjungi suatu tempat yang diukur dalam satuan rupiah. Biaya transportasi pada penelitian ini dihitung dari asumsi penggunaan bahan bakar, dari tiap jenis kendaraan yang digunakan.

Biaya Konsumsi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang pada saat berwisata yang diukur dalam satuan rupiah.

Kesediaan membayar tiket adalah jumlah maksimal kesediaan seseorang untuk membayar tiket atas manfaat yang didapatkan serta untuk menghindari terjadinya penurunan atas manfaat yang didapat yang diukur dalam satuan rupiah per kali kunjungan.

Biaya sewa fasilitas adalah biaya yang dikeluarkan oleh seseorang untuk dapat menggunakan fasilitas tertentu yang diukur dalam satuan rupiah.

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Lokasi tersebut berada di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut menjadi salah objek wisata di Kabupaten Lampung Selatan. Proses pengambilan data diambil cenderung pada *weekend* atau akhir pekan dan hari libur. Hal tersebut dilakukan relatif agar tidak memilih responden yang berasal dari daerah setempat karena akan dikhawatirkan memiliki potensi total TCM yang rendah jika dibandingkan dengan waktu libur.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Responden pada penelitian ini memiliki beberapa kriteria yaitu merupakan seseorang yang kebetulan dijumpai atau ditemui saat itu, bersedia menjadi responden, sudah bekerja, memiliki pendapatan, berusia di atas 17 tahun, hanya mengambil satu responden dari tiap kelompok wisatawan, dan hanya melakukan perjalanan untuk berwisata. Waktu pengambilan data dilakukan pada Bulan November 2022 – Desember 2022. Diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort dalam satu tahun terakhir adalah sebanyak 19.706 orang. Menurut Sugiyono (2015) semakin besar jumlah sampel, maka semakin mendekati populasi, sehingga peluang kesalahan generalisasi semakin kecil. Sebaliknya, semakin kecil jumlah sampel, maka semakin menjauhi populasi, sehingga semakin besar tingkat kesalahan. Jumlah

responden yang dilibatkan dalam penelitian dihitung dengan rumus *slovin* sebagai berikut.

$$n = \frac{Nz^2S^2}{Nd^2 + z^2S^2} \dots\dots\dots(5)$$

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)

Sehingga diperoleh:

$$n = \frac{19.706 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,05}{19.706 \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot 0,05}$$

$$n = \frac{3.785,12}{49,26 + 0,19208}$$

$$n = \frac{3.785,12}{49,45}$$

$$= 76,54 \approx 77$$

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer secara khusus diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden yang melakukan wisata di Grand Elty kalianda Resort. Selain menggunakan data primer, pada penelitian ini juga digunakan data sekunder yang merupakan data yang telah dipublikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Lampung, Badan Pusat Statistik (BPS), internet, serta berbagai literatur baik buku maupun jurnal-jurnal yang relevan dan dapat mendukung penelitian ini.

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan

Agar dapat menganalisis tujuan yang pertama menggunakan analisis biaya perjalanan dengan tujuan menganalisis biaya apa saja yang dikeluarkan pengunjung objek wisata Grand Elty kalianda Resort. Biaya Perjalanan adalah jumlah uang/biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung/wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat. Biaya perjalanan meliputi, biaya transportasi pulang-pergi, konsumsi, biaya sewa alat dan biaya lain-lain. Secara keseluruhan dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{BPT = BT + BK + BTM + BP + BS.....(6)}$$

Keterangan:

BPT = Biaya perjalanan total
 BT = Biaya transportasi
 BK = Biaya konsumsi
 BTM = Biaya tiket masuk
 BP = Biaya parkir
 BSA = Biaya sewa alat

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

a). Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan variabel-variabel independen yang berhubungan linear sempurna. Uji multikolinearitas dilakukan sebagai analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Pada model regresi yang baik tidak akan terjadi korelasi diantara variabel independen. Pendeteksian multikolinearitas pada suatu model dapat diketahui melalui nilai

Variance Inflation factor (VIF) pada masing masing variabel *independent*. Untuk model yang bermasalah memiliki nilai VIF melebihi 10. Selain itu, terdapat cara lain untuk mengetahui multikolinearitas adalah dengan menggunakan perbandingan F_i dan F hitung (Pramudhito, 2010). Kriteria pengambilan keputusan:

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

b). Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian tidak sama antara variabel dalam semua pengamatan. Sehingga model persamaan yang diperoleh dari suatu penelitian terkadang terdapat masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas memiliki konsekuensi, salah satunya yaitu penduga OLS tidak lagi efisien. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada model persamaan dari suatu penelitian yaitu dengan melakukan uji white. Uji white dilakukan dengan cara meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel independen, kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel independen. Apabila nilai Chi-Square $> 0,05$ maka model tersebut tidak terkena masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Setelah dilakukan perhitungan terhadap biaya perjalanan, dilakukan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui variabel terikat yaitu frekuensi kunjungan yang digunakan mempengaruhi variabel bebas. Fungsi dari analisis regresi berganda sebagai pengolah data variabel yang digunakan apakah memiliki keterikatan atau tidak. Variabel bebas (Jarak, umur, pendidikan, pendapatan, total biaya perjalanan, lama perjalanan), dan dummy (sarana,

prasarana, kepuasan pengunjung). Pemilihan uji dengan regresi linier berganda bertujuan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke objek wisata Grand Elty kalianda Resort. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = f (X1, X2 , X3 , X4 , X5, X6, D1, D2, D3).....(7)$$

Keterangan:

- Y = Frekuensi kunjungan (kali/tahun)
- X1 = Jarak tempat tinggal dengan lokasi wisata (km)
- X2 = Umur (thn)
- X3 = Pendidikan (thn)
- X4 = Pendapatan (Rp/bulan)
- X5 = *Travel cost* (biaya perjalanan) (Rp/kunjungan)
- X6 = Lama perjalanan(jam)
- D 1 = Sarana
 - 1 : Kurang baik
 - 2 : Cukup baik
 - 3 : Baik
- D2 = Prasarana
 - 1 : Kurang baik
 - 2 : Cukup baik
 - 3 : Baik
- D3 = Kepuasan pengunjung
 - 1 : Kurang puas
 - 2 : puas
 - 3 : sangat puas

Penilaian terhadap variabel dummy (sarana, prasarana, dan kepuasan pengunjung) diukur dengan mengambil nilai rata-rata dari total penilaian pengunjung objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

Berdasarkan hasil rata-rata dapat disimpulkan bahwa bila nilai total yang didapatkan lebih besar dari rata-rata maka akan diberi penilaian 1 = Baik, dan bila nilai total yang didapatkan lebih kecil dari rata-rata maka akan diberi penilaian 0 = kurang baik. Penilaian terhadap sarana dan prasarana dibedakan dengan rincian sarana yang terdiri dari restoran, gazebo, taman, parkir. Sedangkan untuk prasarana terdiri dari toilet dan mushola.

Variabel terikat yaitu variable Y merupakan variable diskrit sehingga perludilakukan transformasi terhadap variabel Y, dengan rumus:

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

Keterangan :

\hat{Y} = Variabel Y setelah ditransformasi

\bar{Y} = Y rata-rata1

σ = Standar deviasi

Untuk melakukan uji hipotesis atas dugaan yang dibuat pada penelitian yangdilakukan di obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort yaitu dengan menggunakan:

a). Koefisien Determinasi (R^2)]

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2009).

b). Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 = b_9 = 0$$

Diduga tidak terdapat pengaruh secara bersama sama antara jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, sarana, prasarana, dan Kepuasan pengunjung terhadap frekuensi

kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

HI: $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq b_7 \neq b_8 \neq b_9 = 0$

Diduga terdapat pengaruh secara bersama sama antara jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, sarana, prasarana, dan Kepuasan pengunjung terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2009) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) F hitung > F tabel, maka tolak H_0 yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan yang ada dalam model, secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan.
- 2) F hitung < F tabel, maka terima H_0 yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan yang ada dalam model, secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan.

Kriteria pengambilan keputusan tingkat signifikan yang menunjukkan bahwa variabel berpengaruh nyata yaitu < 0,05 dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

c). Uji Parsial (Uji t)

Untuk menentukan koefisien spesifik yang mana yang tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menggunakan uji t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berpengaruh secara tunggal terhadap variabel terikat, maka diuji dengan menggunakan uji-t dengan hipotesis sebagai

berikut:

$H_0 : b_1 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel jarak terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_1 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel jarak terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_2 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel umur terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_2 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel umur terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_3 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel pendidikan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_3 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel pendidikan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_4 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel pendapatan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_4 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel pendapatan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_5 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel biaya perjalanan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_5 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel biaya perjalanan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_6 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel lama perjalanan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_6 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel lama perjalanan terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_7 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel sarana terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_7 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel sarana terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_8 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel prasarana terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_8 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel prasarana terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_0 : b_9 = 0$, Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel kepuasan pengunjung terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

$H_1 \neq b_9 = 0$, Diduga terdapat pengaruh antara variabel kepuasan pengunjung terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, Sebagai kaidah pengujian hipotesis yaitu:

- 1) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka tolak H_0 yang berarti variabel bebas secara tunggal berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.
- 2) Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, maka terima H_0 yang berarti variabel bebas secara tunggal tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan (Ghozali, 2009).

2. Analisis Nilai Ekonomi

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

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

Keterangan:

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

Koefisien biaya perjalanan merupakan nilai koefisien biaya perjalanan yang dihasilkan dari fungsi permintaan yang dianalisis menggunakan regresi. Formulasi nilai ekonomi total menggunakan teori Marsinko dkk (2002) sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

3. Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Atribut-Atribut Kepuasan Konsumen

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

Suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata terutama perlu memenuhi 4 (empat) komponen kepariwisataan yang disebut 4A, yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari (Sugiama, 2014). Kualitas dan variasi dari masing-masing komponen perlu memenuhi kriteria yang memadai, sehingga dapat menjadi komponen dalam memberikan kepuasan pada wisatawan (Sugiama, 2013). Setiap penilaian komponen kepuasan pengunjung dinilai berdasarkan skor tingkat harapan dan kenyataan dengan penilaian skor yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Skor tingkat harapan dan kenyataan

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

Sumber: Supranto, 2006.

Atribut yang digunakan sebagai objek pengukuran kepuasan pengunjung objek wisata Grand Elty Kalianda Resort yaitu:

a) Atraksi

Atraksi merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat atau dapat disaksikan melalui pertunjukan yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan (Ross, 1998). Atribut pada atribut atraksi adalah:

1) Pantai

Pantai memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik sebagai latar foto, lokasi berenang, maupun dinikmati keindahannya sembari bersantai di gazebo yang tersebar di objek wisata ini. Selain itu pemandangan yang disajikan dapat menimbulkan suasana santai, sejuk, dan damai bagi wisatawan yang berkunjung di objek wisata ini.

2) Taman

Taman pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort berupa lokasi hijau tempat beristirahat para wisatawan ketika berkunjung sembari duduk pada fasilitas kursi yang telah disediakan.

3) Spot foto buatan

Terdapat beberapa spot foto buatan pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort yang sengaja dibuat oleh pengelola dengan tujuan menjadi daya tarik bagi wisatawan.

b) Aktivitas

Suatu kegiatan yang ada pada suatu destinasi wisata yang dilakukan didalam maupun diluar atau disekitar destinasi wisata (Wahyuni dan Tamami, 2021). Atribut pada atribut aktivitas adalah:

1) Rekreasi pantai

Wisatawan dapat menikmati wisata air berupa berenang dan bermain air pada objek wisata. Kondisi pantai yang bersih sangat cocok dijadikan saran aktivitas bagi para wisatawan.

2) Fotografi

Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort memiliki daya tarik yang kuat pada pantai dan laut yang indah. Wisatawan dapat menikmati kondisi pantai serta pemandangan pantai yang khas dan indah sehingga dapat menjadi latar yang bagus untuk berfoto.

c) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah suatu alat yang dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang akan melakukan perjalanan (Rossadi, 2018). Atribut ini menjadi penting untuk diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas maka akan semakin mudah untuk dijangkau dan semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung. Atribut pada aksesibilitas adalah :

1) Jalan

Akses jalan merupakan hal yang penting bagi wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Agar

dapat menuju objek wisata ini, pengelola sudah memfasilitasi dengan menyediakan jalan aspal yang bagus dan lebar.

2) Papan informasi

Papan informasi merupakan papan yang memberikan informasi kepada wisatawan terkait informasi apa saja yang dibutuhkan wisatawan ketika berwisata.

d) Amenitas

Amenitas merupakan berbagai rangkaian fasilitas yang disediakan oleh suatu tempat tujuan Wisata yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atau Wisatawan yang datang (Rossadi, 2018). Atribut pada atribut amenities adalah:

1) Parkir

Lokasi parkir pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort terbilang cukup luas dan rapi. Selain itu juga terdapat penjagaan yang ketat oleh penjaga objek wisata (satpam). Sehingga dapat membuat wisatawan merasa aman ketika berwisata.

2) Restoran

Restoran pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort menjual berbagai macam makanan dan minuman bagi para wisatawan yang berkunjung. Wisatawan dapat menikmati panorama laut sambil bersantai menikmati makanan dan minuman.

3) Gazebo

Gazebo pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort merupakan fasilitas yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk bersantai dan beristirahat menikmati suasana pantai. Fasilitas tersebut merupakan sarana yang digunakan oleh pengelola dalam mencapai kepuasan pengunjung.

4) Toilet

Toilet pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort

merupakan fasilitas yang disediakan oleh pengelola sebagai sarana penunjang kegiatan berwisata bagi wisatawan ketika berkunjung.

5) Mushola

Mushola pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort merupakan fasilitas yang disediakan oleh pengelola sebagai sarana ibadah bagi wisatawan.

Tahap yang dilakukan dalam pengukuran CSI yaitu:

a). Menghitung *Weighting factor* (WF), mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kenyataan seluruh atribut dengan total 100 persen. *Weighting Factor* adalah fungsi yang digunakan dari suatu rata-rata skor kepentingan (RSP-i) dengan masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total rata-rata tingkat kepentingan (RSP-i) untuk seluruh atribut yang akan diuji.

b). Cara menghitung Indeks kepuasan konsumen sebagai berikut:

1) Menghitung *Weighted Score* (WS)

$$\text{Weighted Score} = \text{RSK} \times \text{WF} \dots \dots \dots (11)$$

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

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

$$\text{CSI} = \frac{\text{WT}}{\text{HS}} \times 100\% \dots \dots \dots (12)$$

Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat disajikan pada kriteria tingkat kepuasan konsumen pada Tabel 4.

Tabel 4. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

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

Sumber: Supranto, 2006.

Setelah menganalisis kepuasan pengunjung menggunakan analisis metode *customer satisfaction index* (CSI) kemudian dilakukan analisis kepuasan pengunjung menggunakan metode analisis *importance performance analysis* (IPA). *Importance performance analysis* (IPA) adalah alat analisis yang menggambarkan kenyataan sebuah merek dibandingkan dengan harapan konsumen akan kenyataan yang seharusnya ada, menggunakan diagram kartesius. *Importance performance analysis* (IPA) menggunakan titik (*coordinate*) untuk menggambarkan kenyataan merek. Kombinasi sumbu X (*performance*) dan sumbu Y (*importance*) akan menghasilkan posisi setiap atribut. Atribut akan terletak pada salah satu kuadran dari keempat kuadran yang ada (Santoso, 2006). Metode ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian tujuan penelitian ketiga, yaitu untuk mengetahui atribut apa yang harus dipertahankan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Berikut tahap analisis data dengan metode *Importance performance analysis* (IPA) (Suprianto, 2006):

- Menentukan tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor harapan dengan kenyataan untuk menentukan tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan pada atribut yang diteliti. Secara matematis dirumuskan sebagai berikut:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} 100\% \dots \dots \dots (13)$$

Keterangan:

TK_i = tingkat kesesuaian

X_i = skor penilaian kenyataan

Y_i = skor penilaian harapan

b. Menghitung rata-rata penelitian pada setiap atribut, dengan menggunakan rumus dibawah ini.

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots(14)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(15)$$

Keterangan:

X_i = Skor rata-rata kenyataan atribut i

Y_i = Skor rata-rata harapan atribut i

N = Jumlah responden

c. Menentukan batas diagram kartesius dengan menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat harapan dan kenyataan menggunakan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{k} \dots\dots\dots(16)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k} \dots\dots\dots(17)$$

Keterangan:

\bar{X} = jumlah total rata-rata skor tingkat kenyataan

\bar{Y} = jumlah total rata-rata skor tingkat harapan

K = jumlah atribut yang diteliti

d. Menginterpretasikan setiap atribut pada kuadran diagram kartesius seperti pada Gambar berikut.



Gambar 5. Diagram kartesius importance performance analysis

Sumber: Supranto, 2006

Keterangan pemerataan diagram kartesius:

a). Kuadran I

Wilayah kuadran I terletak di sebelah kiri atas yang memuat faktor-faktor dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan. Atribut-atribut dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara perbaikan secara terus menerus sehingga performance atribut yang ada akan meningkat.

b). Kuadran II

Wilayah kuadran II terletak di sebelah kanan atas yang memuat faktor-faktor dianggap penting oleh pelanggan dan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran II harus tetap dipertahankan karena faktor-faktor tersebut menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

c). Kuadran III

Wilayah kuadran III terletak di sebelah kiri bawah yang memuat faktor-faktor dianggap kurang penting oleh pelanggan

dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali, karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

d). Kuadran IV

Wilayah kuadran IV terletak di sebelah kanan bawah yang memuat faktor faktor kinerja yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Setelah dilakukan penginputan data, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk menilai sejauh mana data dan pertanyaan dalam kuesioner dapat dipahami oleh responden. Pengujian dilakukan terhadap 77 responden yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mengetahui setiap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut sudah sesuai (*valid*) dan handal (*reliable*).

Uji validitas, merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur tingkat (*valid*) pada kuesioner. Fasilitas tercapai apabila dalam pertanyaan yang diajukan mengungkapkan apa yang diinginkan. Cara untuk menguji keabsahannya dengan mengoreksi setiap atribut dengan membandingkan total atribut yang ada. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel yang disajikan terlebih dahulu nilai N atau jumlah responden yang ada, jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2011).

Uji reliabilitas, merupakan indeks yang menunjukkan apakah suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. uji ini menunjukkan tingkat kereliabelan dari atribut-atribut yang diajukan pada responden dalam kuesioner. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dikatakan reliabel dengan standar dapat diterima jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,67 (Ghozali, 2011).

Hasil uji validitas pada variabel (atribut 4a) dan fasilitas (sarana dan prasarana) yang telah dilakukan menggunakan *software* SPSS 21 dapat disimpulkan bahwa nilai r-hitung dikatakan valid karena lebih besar dari r tabel sebesar 0,361. Hasil ini dikatakan berdasarkan teori Ghozali (2011) yang mengatakan bahwa jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid. Hasil secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 5, Tabel 6, dan Tabel 7.

Tabel 5. Uji validitas tingkat harapan

Atribut	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Pantai	0,430	0,361	Valid
Taman	0,567	0,361	Valid
Spot Foto Buatan	0,378	0,361	Valid
Rekreasi	0,506	0,361	Valid
Fotografi	0,418	0,361	Valid
Jalan	0,539	0,361	Valid
Papan Informasi	0,596	0,361	Valid
Parkir	0,791	0,361	Valid
Restoran	0,490	0,361	Valid
Gazebo	0,598	0,361	Valid
Toilet	0,521	0,361	Valid
Mushola	0,668	0,361	Valid

Tabel 6. Uji validitas tingkat kenyataan

Atribut	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Pantai	0,648	0,361	Valid
Taman	0,686	0,361	Valid
Spot Foto Buatan	0,475	0,361	Valid
Rekreasi	0,749	0,361	Valid
Fotografi	0,690	0,361	Valid
Jalan	0,590	0,361	Valid
Papan Informasi	0,565	0,361	Valid
Parkir	0,625	0,361	Valid
Restoran	0,762	0,361	Valid
Gazebo	0,538	0,361	Valid
Toilet	0,435	0,361	Valid
Mushola	0,467	0,361	Valid

Tabel 7. Uji validitas persepsi pengunjung terhadap fasilitas

Fasilitas	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Restoran	0,777	0,36	Valid
Gazebo	0,671	0,36	Valid
Taman	0,639	0,36	Valid
Parkir	0,744	0,36	Valid
Toilet	0,724	0,36	Valid
Mushola	0,720	0,36	Valid

Hasil uji reliabilitas pada variabel (atribut 4a) dan fasilitas (sarana dan prasarana) yang telah dilakukan menggunakan *software* SPSS 21 dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* tergolong reliabel karena tingkat/ taraf signifikan karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,67. Hasil ini dikatakan berdasarkan teori Ghazali (2011) yang mengatakan bahwa pengujian reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dikatakan reliabel dengan standar yang dapat diterima jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,67. Hasil secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 8 dan Tabel 9.

Tabel 8. Uji reliabilitas tingkat harapan dan kenyataan

	Cronbach's Alpha	Standard
Tingkat Harapan	0,752	0,67
Tingkat Kenyataan	0,817	0,67

Tabel 9. Uji reliabilitas fasilitas objek wisata Grand Elty

	Cronbach's Alpha	Standard
Fasilitas	0,740	0,67

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Wisata Grand Elty Kalianda Resort

Grand Elty Kalianda Resort merupakan objek wisata yang dibangun di sepanjang garis pantai yang terletak di Desa Merak Belantung, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort mulai dibangun pada tanggal 7 Mei 1997. Peresmian pembukaan objek wisata Grand Elty Kalianda Resort ini dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 1997. Sejak didirikan, kawasan resort ini terus melakukan pengembangan hingga sekarang. Objek wisata ini merupakan salah satu unit usaha yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan yang bergerak dibidang properti, perhotelan dan resort di Indonesia yaitu PT Bakrieland Development Tbk. Dalam pengelolaannya, Grand Elty Kalianda Resort ini menempati lokasi seluas 15 ha yang terhitung dari total keseluruhan objek wisata yang berupa resort, hotel, pantai, dermaga, dan hutan konservasi mangrove. Disamping pengembangan objek wisata, Grand Elty Kalianda Resort juga aktif dalam kegiatan pelestarian lingkungan dengan melaksanakan kegiatan penanaman pohon mangrove pada lokasi sekitar objek wisata yang dimaksudkan sebagai penghijauan dan dapat melindungi wilayah objek wisata dari abrasi.

B. Letak Geografis

Wilayah Kabupaten Lampung Selatan memiliki luas secara keseluruhan kurang lebih sebesar 2.109,74 Km². Kabupaten Lampung selatan memiliki 42 pulau, besar maupun kecil. Pulau yang terluas adalah Pulau Sebesi dengan luas 4.643 Ha. Wilayah Kabupaten Lampung Selatan terletak antara 105°14' sampai dengan 105 ° 45' Bujur Timur dan 5 °

15' sampai dengan 6 ° Lintang Selatan. Batas wilayah administrasi Kabupaten Lampung Selatan adalah:

- a. Sebelah Utara : berbatasan dengan wilayah Kabupaten Lampung Tengah dan Lampung Timur
- b. Sebelah Selatan : berbatasan dengan Selat Sunda
- c. Sebelah Barat : berbatasan dengan wilayah Kabupaten Pesawaran dan Kota Bandar Lampung
- d. Sebelah Timur : berbatasan dengan Laut Jawa

Kabupaten Lampung Selatan juga mempunyai sebuah pelabuhan yang terletak di Kecamatan Penengahan, yaitu Pelabuhan Penyeberangan Bakauheni, yang merupakan tempat transit penduduk dari pulau Jawa ke Sumatera dan sebaliknya. Pelabuhan Bakauheni merupakan pintu gerbang pulau Sumatera bagian Selatan. Jarak antara pelabuhan Bakauheni (Lampung Selatan) dengan pelabuhan Merak (Provinsi Banten) kurang lebih 30 km, dengan waktu tempuh kapal penyeberangan sekitar 1,5 jam. Kondisi geografis Kabupaten Lampung Selatan yang terdiri dari banyak pulau dan laut yang luas menjadikan Kabupaten Lampung Selatan memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama sumber daya alam bahari. Oleh karena itu, Kabupaten Lampung Selatan menjadi daerah yang sangat cocok untuk dikembangkan pariwisata bahari. Gambar peta wilayah Kabupaten Lampung Selatan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Peta wilayah Kabupaten Lampung Selatan

Sumber : BAPPEDA, 2015

C. Kondisi Demografi

Wilayah Kabupaten Lampung Selatan memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.071.727 orang pada tahun 2021, dengan komposisi jumlah penduduk laki-laki sejumlah 548.197 jiwa dan penduduk perempuan 523.530 jiwa. Penduduk di Kabupaten Lampung Selatan tersebar di 17 kecamatan dengan jumlah terbanyak berada di kecamatan Natar

sejumlah 193.172 orang. Sedangkan untuk Kecamatan dengan jumlah penduduk paling sedikit berada di Kecamatan Way Panji dengan jumlah penduduk sebanyak 18.232 jiwa. Total jumlah penduduk di tiap Kecamatan dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah penduduk di Kabupaten Lampung Selatan

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk
1	Natar	193.172
2	Jati Agung	129.501
3	tanjung Bintang	82.757
4	Tanjung Sari	32.044
5	Katibung	73.069
6	Merbau Mataram	56.901
7	Way Sulan	24.496
8	sidomulyo	65.748
9	Candipuro	58.029
10	Way Panji	18.232
11	Kalianda	94.784
12	Rajabasa	25.022
13	Palas	61.289
14	Sragi	35.914
15	Penengahan	42.555
16	Ketapang	53.518
17	Bakauheni	24.696
Jumlah		1.071.727

Sumber: BPS Lampung Selatan, 2022

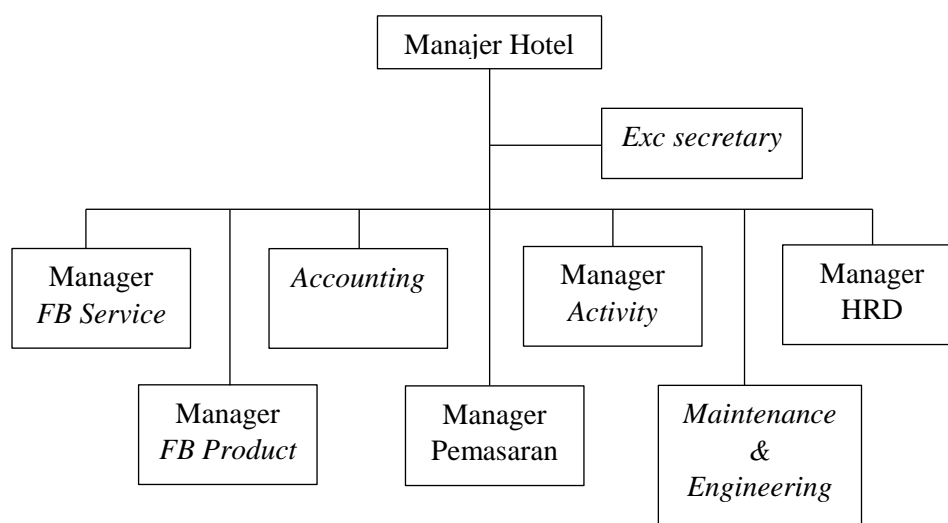
D. Jumlah Tenaga Kerja Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort

Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort memiliki 118 tenaga kerja yang terbagi kedalam 99 Orang tenaga kerja laki-laki dan 19 orang tenaga kerja perempuan. Jumlah tenaga kerja tersebut terdistribusi ke dalam pekerja tetap, pekerja kontrak sebanyak 93 orang, dan pekerja harian sebanyak 25 orang.

E. Struktur Organisasi Objek Wisata Grand Elty Kalianda Resort

Struktur organisasi merupakan suatu susunan serta hubungan antar tiap bagian posisi yang berada pada suatu organisasi dalam melaksanakan

kegiatan. Struktur organisasi yang diterapkan oleh objek wisata Grand Elty Kalianda Resort dipimpin oleh manajer hotel yang membawahi beberapa manajer operasional. Di bawah manajer operasional terdapat beberapa supervisor sebagai pelaksana tugas pengawasan terhadap karyawan pada bidang yang ditugaskan. Struktur organisasi objek wisata Grand Elty Kalianda Resort dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Struktur organisasi objek wisata Grand Elty Kalianda Resort

Sumber: Pengelola objek wisata Grand Elty Kalianda Resort, 2023

F. Fasilitas Wisata Grand Elty Kalianda Resort

Setiap objek wisata memiliki sarana, prasarana dan fasilitas yang menunjang keberlangsungan kegiatan wisatawan ketika berkunjung pada objek wisata tersebut. Grand Elty Kalianda Resort yang berlokasi di Kabupaten Lampung Selatan memiliki beragam sarana prasarana yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Sarana dan prasarana yang disediakan oleh kawasan ini meliputi:

1. Infrastruktur jalan

Jalan merupakan sarana yang digunakan oleh wisatawan untuk dapat menjangkau objek wisata. Akses jalan pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort menghubungkan dari jalan lintas hingga ke objek wisata yang berjarak kurang lebih berkisar 2 km yang dapat

ditempuh dengan waktu berkisar 5 menit perjalanan menggunakan kendaraan. Selain jalan penghubung, terdapat juga akses jalan yang terdapat didalam objek wisata sebagai sarana dalam mempermudah akses wisatawan untuk mengeksplorasi lokasi wisata. Akses jalan yang terletak didalam objek wisata dibedakan menjadi dua yaitu jalan aspal yang mengarah dari pintu masuk menuju *lobby* hotel dan jalan semen yang digunakan untuk menuju akses *villa* serta sebagai jalan setapak bagi wisatawan menuju pantai.

2. Papan informasi

Papan informasi digunakan sebagai media informasi untuk memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi terkait kebutuhan selama berwisata. Terdapat berbagai macam bentuk papan informasi yang terdapat di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Terdapat 5 papan informasi yang memiliki fungsi fungsi yang berbeda diantaranya berupa papan penunjuk arah, papan nama lokasi, dan papan lainnya yang digunakan untuk mempermudah wisatawan. Papan informasi tersebut diletakan di jalan yang sering dilalui oleh wisatawan, sehingga wisatawan dapat lebih mudah mengetahui lokasi serta area wisata yang ada di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort seperti area taman, parkiran, ruang hening, restoran, serta ruang *lobby*.

3. Parkir

Lahan parkir yang dimiliki objek wisata Grand Elty Kalianda Resort cukup luas dan sudah berpaving. Lahan parkir yang disediakan juga dilengkapi dengan garis agar dapat memudahkan wisatawan dalam meletakkan kendaraannya. Lahan parkir yang disediakan juga berada di dalam kawasan objek wisata yang keamanannya dijaga oleh cctv dan petugas keamanan yang berpatroli. Selain itu, lahan parkir yang disediakan oleh pengelola dibedakan menjadi 3 yaitu parker motor, parkir mobil regular, dan parkir VIF. Perbedaan ketiganya didasarkan oleh jarak parkiran menuju objek wisata. Terdapat perbedaan biaya pada setiap lokasi parkir yang disediakan, dengan

rincian untuk biaya parkir VIF khusus mobil dikenakan Rp20.000,00 untuk parkir reguler khusus mobil dikenakan biaya Rp10.000,00 dan untuk parkir motor dikenakan biaya Rp5.000,00.

4. Restoran

Restoran pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort terletak dibangunan utama. Letak restoran ini sangat strategis agar mudah dijangkau oleh wisatawan. Pada restoran terdapat dua tempat yang disediakan oleh pengelola untuk dapat menikmati makan yang telah dipesan. Pengunjung dapat memilih untuk menikmati makanan yang dipesan pada ruangan indoor ataupun outdoor. Pengunjung yang bersantap pada restoran ini akan mendapatkan sensasi menikmati makanan dengan dipadukan oleh pemandangan teluk Lampung yang indah. Menu yang ditawarkan oleh restoran ini pun bervariasi mulai dari makanan ringan hingga makanan berat yang berkisar Rp25.000,00 hingga Rp60.000,00.

5. Gazebo

Gazebo merupakan pondokan atau tempat duduk yang digunakan oleh wisatawan sebagai tempat beristirahat. Gazebo yang terdapat pada objek wisata Grand Elty Kalianda tersebar diberbagai titik sepanjang objek wisata. Hal tersebut dilakukan oleh pengelola agar dapat mempermudah wisatawan dalam memperoleh lokasi beristirahat. Terdapat 6 gazebo yang disewakan oleh pihak pengelola dengan harga Rp 75.000,00 untuk 3 jam dan Rp 150.000,00 untuk 1 hari. Gazebo yang disewakan kepada pengunjung memiliki kondisi yang terbuka dan memiliki atap cukup tinggi yang membuat suasananya menjadi lebih nyaman dengan hembusan angin pantai.

6. Spot foto

Spot foto yang berada di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort dimaksudkan untuk memfasilitasi wisatawan yang akan berfoto bergaya instagramable. Spot foto yang di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort terdapat bermacam-macam bentuknya, mulai dari

ayunan, gapura, dermaga, taman, logo objek wisata, dan hiasan atau ornamen lainnya yang cocok untuk diabadikan dalam kamera. Terdapat 8 spot foto yang disediakan oleh pengelola sebagai sarana berfoto wisatawan yang disediakan secara gratis untuk dapat digunakan.

7. Mushola

Mushola merupakan rumah ibadah bagi umat islam untuk melaksanakan sholat. Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort memiliki jam operasional 24 jam, sehingga membutuhkan waktu untuk melaksanakan ibadah sholat. Mushola yang disediakan oleh pengelola objek wisata menyediakan beberapa mukena, sajadah dan sarung bagi wisatawan yang tidak membawa peralatan sholat. Terdapat dua Mushola yang disediakan oleh pengelola, untuk mushola yang berada disekitar pintu masuk sudah dilengkapi dengan fasilitas beribadah yang memadai, namun untuk mushola yang berada di ujung objek wisata masih minim fasilitas sehingga wisatawan disarankan untuk dapat membawa peralatan beribadah masing-masing.

8. Toilet

Toilet merupakan salah satu fasilitas yang wajib ada pada objek wisata agar dapat memberikan kenyamanan pada wisatawan yang berkunjung. Objek wisata Grand Elty Kalianda Resort menyediakan toilet yang berada dibangunan utama Resort Grand Elty Kalianda dan berdekatan dengan mushola yang berada diujung objek wisata. Fasilitas toilet yang disediakan pengelola objek wisata dibagi menjadi dua macam toilet, untuk pengunjung pria dan pengunjung wanita. Kondisi toilet umum yang disediakan oleh pengelola dapat dikatakan baik dengan fasilitas serta kebersihan yang dijaga oleh pengelola objek wisata. Namun bila wisatawan menginap di hotel atau *villa*, maka pengelola menyediakan toilet pribadi yang tersedia di dalam kamar atau *villa*. Toilet yang disediakan oleh pengelola

gratis untuk digunakan oleh pengunjung karena sudah termasuk dalam biaya tiket masuk.

9. Sepeda

Sepeda merupakan salah satu fasilitas yang disediakan di objek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Penyewaan sepeda pada objek wisata Grand Elty Kalianda Resort berada disamping gedung utama objek wisata. Terdapat 9 unit sepeda yang disewakan oleh pihak pengelola dengan harga Rp 25.000 per satu jam sewa. Perhitungan waktu sewa sepeda simulasi ketika pengunjung beranjak dari stasiun pemberhentian sepeda.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan didapatkan hasil berikut.

1. Faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan ke kawasan objek wisata Grand Elty Kalianda Resort adalah pendapatan, biaya perjalanan (*travel cost*), lama perjalanan, sarana, prasarana, kepuasan pengunjung.
2. Nilai ekonomi kawasan objek wisata Grand Elty Kalianda Resort yang dihitung dengan menggunakan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) sebesar Rp12.501.262.793,00 per tahun.
3. Tingkat kepuasan pengunjung objek wisata Grand Elty Kalianda termasuk dalam kategori sangat puas. Atribut prioritas utama untuk ditingkatkan yaitu atribut jalan, toilet, dan mushola sehingga penting bagi pengelola untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan kondisi fasilitas tersebut. Atribut yang perlu pertahankan kondisinya yaitu atribut pantai, rekreasi, dan fotografi yang dirasa sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung sehingga penting untuk dipertahankan.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan antara lain.

1. Bagi pihak pengelola objek wisata Grand Elty Kalianda Resort, diharapkan dapat meningkatkan perbaikan fasilitas jalan, toilet, dan mushola sebagai prioritas utama bagi objek wisata untuk dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penghitungan (analisis) manfaat langsung dan manfaat tidak langsung dari wisata Grand Elty Kalianda Resort sehingga diperoleh nilai valuasi (ekonomi) total yang lebih baik (lebih lengkap).
3. Bagi pemerintah diharapkan dapat membantu mengembangkan objek wisata Grand Elty Kalianda Resort dengan perbaikan infrastruktur jalan sebagai penghubung ke objek wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khoiriah, R., Prasmatiwi F. E., Affandi M. I. 2017. Evaluasi ekonomi dengan metode travel cost pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol. 5 (4): 406-413 <http://jurnal.fp.unila.ac.id/> diakses 02 oktober 2022.
- Arifa, E., Zainal, A., Lina, M. 2019. Valuasi ekonomi kawasan wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol. 7 (4): 568-574.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3874/2842> diakses 02 oktober 2022.
- Aritonang Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Armandita, R dan Pharmawati, K.2019. Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Sawarna Dengan Menggunakan Travel Cost Methode. *Jurnal berbasis komunitas teknik lingkungan dan manajemen*, Vol. 3 No.2.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/temali/article/view/1835>
- Arpiani, O., Noor, A. 2021. Analisis Atraksi Amenitas dan Aksesibilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan. *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman*. Samarinda.
- Asra, A., Irawan. dan Purwoto. 2015. *Metode Penelitian Survei*. In Media. Bogor.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. *Indonesia Dalam Angka 2021*. Jakarta.
- Bakri, J. 2007. *Analisi Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan Terhadap Wisata Alam Bantimurung (Tesis)*. Universitas Hasanudin. Makassar
- Chris Cooper. 2005. *Worldwide Destination: The Geography of Travel and Tourism (fourth edoition)*. Oxford: Elisevier Butterworth Heinemann.
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut. 2016. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori Diponegoro*.
- Desi, A.M., Bustanul, A., Adia, N. 2019. Nilai Ekonomi Object Wisata berbasis Jasa edukasi Pertanian Di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol 7, No 4 (2019).
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3862> [02 oktober 2022].

- Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Lampung. 2022. Pelatihan Pembuatan Garam. DKP Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Djijono. 2002. Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode *Travel Cost* Taman Wisata Hutan di Taman Hutan Wan Abdul Rahman, Provinsi Lampung. Makalah Pengantar Falsafah Sains. Institute pertanian Bogor. Bogor. <https://www.rudycet.com/PPS702-ipb/05123/dijiono.pdf>
- Ermayanti, F. 2012. Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Ndayu Park dengan Metode Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi. (Skripsi). Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Fadillah, (2015). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Terhadap Obyek Wisata Pantai Gandorih
- Fadilah, F. 2018. Analisis Pengaruh Pendapatan, Biaya Perjalanan, Lama Perjalanan, Fasilitas, Dan Daya Tarik Terhadap Jumlah Kunjungan Wisata Hutan Pinus Imogiri. YOGYAKARTA. UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA. FAKULTAS EKONOMI. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7461> diakses 12 januari 2022
- Fauzi, A. 2006. Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fauzi, A. 2014. Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fitri, D. R. K. (2017). Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan. In Proceeding IAIN Batusangkar.
- Ghani, Y. (2015). Pariwisata, Vol. II No. 2 September 2015, II(2), 98–110.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang: UNDIP.
- Hendra, W. 2021. Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Kawasan Pantai Baron Gunung Kidul Aplikasi Travel Cost Method. Jurnal Litbang Sukowati. Bandung. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v4i2.226>
- Igunawati, D. 2010. Analisis Permintaan Objek Wisata Tira Waduk Cacaban Kabupaten Tegal. (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Khoirudin, Rifki and Khasanah, Uswatun (2018) "Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta," Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia: Vol. 18: No. 2, Article 3. 10.21002/jepi.2018.09 diakses 11 januari 2023

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kozak, M. 2001. Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.
- Lainatussifa, Priatna, Suwarsinah. 2020. Analisis Kepuasan dan Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh. *Forum Agribisnis*, Vol. 11 No. 1 halaman 45-64.
<http://dx.doi.org/10.29244/fagb.11.1.45-64>
- Marsinko, A., W.T Zawacki., J.M Bowker. 2002. Use of Travel Cost Models in Planning: A Case Study. *Tourism Analysis*. 6(1): 203-211
<https://www.treesearch.fs.fed.us/pubs/20293>
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. 2014. *Pengantar Ekonomi Mikro: Principles of Economics*. Salemba Empat. Jakarta
- Meitry, I., Fembriarti, E.P, Teguh, E,. 2022. Valuasi Ekonomi Dan Dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol 10, No 1 (2022).
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5668> diakses 02 oktober 2022.
- Mohsin, A. & Alsawafi, A.M. (2011). Exploring attitudes of Omani students towards vacations. *Anatolia*, 22(1), 35-46.
<https://doi.org/10.1080/13032917.2011.556217>
- Mufidah, D. (2019). Valuasi ekonomi dengan pendekatan biaya perjalanan individual dan faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata di bukit sikunir ding kabupaten wonosobo. *Skripsi*, 1-80.
- Nanin, H., Slamet, S. 2020. Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dagelan Gersik. Universitas Trunojoyo. Madura. Volume 1 Nomor 1 Juli 2020
<https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience/article/view/7902>
- Novita, S., Abidin, Z., Kasymir, E. 2022. Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol. 10(2).
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/viewFile/6012/pdf>
- PP No. 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Di Suaka Margasatwa Taman Nasional Taman Hutan Raya Dan Taman Wisata Alam
- Pitana, I Gede., Gayatri, Putu, G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Prenhallindo. Jakarta.
- Priyatno Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava media.
- Purnomo, L. I., Husnul, N. R. I., Prasetya, E. R., & Sadewa, P. 2019.

Matematika Ekonomi. Unpam Press. Tangerang Selatan.

- Purwanto. 2013. Valuasi Ekonomi Ekowisata Dengan Model Travel Cost dan Dampaknya Terhadap Usaha Kecil Pariwisata. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Volume 15 Nomor 1 Maret 2013 ISSN 1411-1438. Halaman 89 -102. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.1.89-102>
- Rahmat R.M., Bustanul, A., Zainal, A. 2021. Valuasi Ekonomi Youth Camp di Taman Hutan Raya wan Abdul Rahman (Tahura WAR). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol 9, No 3 (2021).
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5331> diakses 02 oktober 2022.
- Rifki, A. 2019. Valuasi Ekonomi wisata pantai Sawarna Dengan Menggunakan Travel Cost method. Program Studi Teknik Lingkungan, Institut Teknologi Nasional. Bandung.
<http://dx.doi.org/10.23969/jcbeem.v3i2.1835>
- Rifki, K., Uswatun, K. 2018. Valuasi Ekonomi Object Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesi*. Depok.
https://jepi.fe.ui.ac.id/index.php/JEPI/article/view/785/pdf_28
- Ross, Glenn F. 1998. Psikologi Pariwisata. Jakarta: Penerbit Yayasan Obor Indonesia.
- Rossadi, Leylita dan Widayati, E. 2018. "Pengaruh aksesibilitas, Amenitas, dan Aktraksi Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of tourism and economic*. Vol. 1 No.2. 109-116. Yogyakarta.
<http://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/JTEC/article/view/27/23>
diakses 08 oktober 2022
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2010). *The Economics of Tourism*. Routledge. Abingdon.
- Subanti, S. (2011). Analisis Permintaan Pariwisata Di Kabupaten Semarang (Studi Empiris Di Objek Wisata Alam Dan Sejarah) (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Undip).
<http://eprints.undip.ac.id/40814/>
- Sugiyama. (2013). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Edisi Pertama. Guardaya Intimarta. Bandung.
- Sugiyama, A. (2014). *Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata*. Guardaya Intimarta. Bandung.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mir Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Summeng, AndiMappi. 2000. *Cakrawala. Pariwisata*. Jakarta: sn. [6]
Suwanto, Gamal. 2004. *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

- Sunaryo. (2013). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pagriwisata. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Supranto. 2006: Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Memuaskan Pangsa Pasar. Kineka Cipta. Jakarta.
- Supranto, J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Susantono, Bambang. 2004. Langkah Kecil Yang Kita Lakukan Menuju Transportasi Yang Berkelanjutan. Jakarta: Masyarakat Transportasi Indonesia.
- Susilowati. 2019. Valuasi Ekonomi Dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. Skripsi Mahasiswa Department Ekonomi dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Suwantoro, G. (2004). Dasar-dasar Pariwisata. Andi Offset. Yogyakarta.
- Theresia, P., Suradi, W. S., Siti, R. 2019. Valuasi Ekonomi Obyek Wisata pantai wediomboKab upaten Gunungkidul Yogyakarta Dengan pendekatan Travel Cost. Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Departemen Sumberdaya Akuatik. Semarang.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/maquares>
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Jatim. Bayumedia Publishing.
- Tomy, J. 2021. Analisis Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Sorendiwari Menggunakan Travel Cost Method. Jurnal Kemenkeu.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13685/Analisis-Valuasi-Ekonomi-Objek-Wisata-Pantai-Sorendiwari-Menggunakan-Travel-Cost-Method.html>
- Undang-undang N0 6 Tahun 1996 tentang Perairan Indonesia
- UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan
- United Nations. (2015). World population prospect: The 2015 revision.
Diakses 16 Juni 2017, dari
http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf
- Wahyuni, I, Tamami, N. 2021. Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo. Madura.
- Wahyu, N. K. W., Agung, W., Maria, C. E. (2018). Identifikasi Kebutuhan Sarana Dan Prasarana Wisata Berdasarkan Persepsi Pengunjung di Pantai Sipelot Kabupaten Malang. Malang. Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang

- Wahyuni, S., Sulardiono, B., Hendrarto, B. 2015. Strategi pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo, Kecamatan Rungkut Surabaya. *Diponegoro Journal of Maquares*. 4(4): 66-70.
- Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata dalam tata ruang wilayah*. Penerbit ITB.
- Xia, Xu. 2009. Variation of Labile Organic Carbon Pools Along Elevation Gradient in The Wuyi Mountain, China. *Journal of Resource and Ecology*. 1(4). hal 368- 374.
- Yoeti, A. Yoeka. (2012). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Zeithaml, Valerie A. and Bitner, Mary Jo. (2002). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition. New York.