

**KEPUASAN PENGUNJUNG DAN VALUASI EKONOMI
KAWASAN WISATA BUKIT IDAMAN KECAMATAN GISTING
KABUPATEN TANGGAMUS**

(Skripsi)

Oleh:
Risky Syaputra



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

VISITOR SATISFACTION AND ECONOMIC VALUATION OF IDAMAN HILL TOURISM AREA, GISTING SUB-DISTRICT, TANGGAMUS REGENCY

By

Risky Syaputra

This study aims to analyze visitor satisfaction toward Bukit Idaman Tourism, analyze the factors that influence the frequency of visits to Bukit Idaman Tourism, and the economic value of Bukit Idaman Tourism based on travel cost analysis. Furthermore, This study use a survey method with a sample of 76 respondents who visited Bukit Idaman Tourism selected using the accidental sampling method. The analysis methods used are multiple linear analysis, descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI) analysis, and Importance Performance Analysis (IPA) analysis. Location determination carried out purposively at Bukit Idaman Tourism, Gisting Subdistrict, Tanggamus Regency. Moreover, data collection was carried out during December 2022 to January 2023. The result shows that the level of visitor satisfaction with the cost attribute is 74,61 percent which indicates that visitors are satisfied incurred when traveling to Bukit Idaman. The factors that influence the number of visits to Bukit Idaman Tourism are travel costs, income, distance, and facilities and infrastructure. Then, the economic value of Bukit Idaman Tourism is Rp14.421.969.804 per year.

Keywords: economic value, number of visits, visitor satisfaction,

ABSTRAK

KEPUASAN PENGUNJUNG DAN VALUASI EKONOMI KAWASAN WISATA BUKIT IDAMAN KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS

Oleh

Risky Syaputra

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepuasan pengunjung terhadap Wisata Bukit Idaman, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan ke Wisata Bukit Idaman, serta menganalisis nilai ekonomi Wisata Bukit Idaman berdasarkan analisis biaya perjalanan. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel sebanyak 76 pengunjung Wisata Bukit Idaman yang dipilih dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda, analisis deskriptif, analisis *customer satisfaction index* (CSI), dan analisis *importance performance analysis* (IPA). Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Wisata Bukit Idaman, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus. Pengambilan data dilaksanakan selama Bulan Desember 2022 hingga Januari 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut biaya sebesar 74,61 persen yang menunjukkan bahwa pengunjung puas ketika berwisata ke Bukit Idaman. Faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan Wisata Bukit Idaman adalah biaya perjalanan, pendapatan, jarak, dan sarana prasarana. Nilai ekonomi Wisata Bukit Idaman adalah sebesar Rp14.421.969.804 per tahun.

Kata kunci : jumlah kunjungan, kepuasan pengunjung, nilai ekonomi

**VALUASI EKONOMI DAN KEPUASAN PENGUNJUNG KAWASAN
WISATA BUKIT IDAMAN KECAMATAN GISTING
KABUPATEN TANGGAMUS**

Oleh :

Risky Syaputra

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 : **KEPUASAN PENGUNJUNG DAN VALUASI
EKONOMI KAWASAN WISATA BUKIT IDAMAN
KECAMATAN GISTING KABUPATEN
TANGGAMUS**

Nama Mahasiswa : **Risky Syaputra**

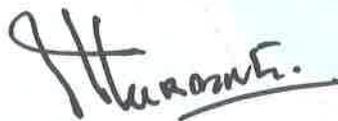
NPM : **1914131002**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

MENYETUJUI,

1. **Komisi Pembimbing**



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



Lina Marlina, S.P., M.Si
NIP 198303232008122002

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**



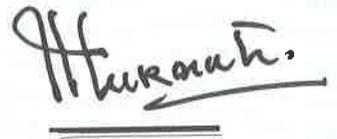
Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

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



Sekretaris

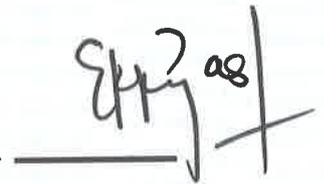
: **Lina Marlina, S.P., M.Si.**



Penguji

Bukan Pembimbing

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



2. Dekan Fakultas Pertanian



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

NIP. 196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 11 Juli 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risky Syaputra
NPM : 1914131002
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jl. Ir. Hi. Juanda Desa Terbaya, Kecamatan Kota Agung
Kabupaten Tanggamus

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

Bandar Lampung, 11 Juli 2023
Penulis,



Risky Syaputra
NPM 1914131002

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Desa Terbaya, Kecamatan Kotaagung Kabupaten Tanggamus pada tanggal 07 Juni 2001, sebagai anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Lahuddin dan Ibu Sumarni. Penulis menyelesaikan menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 4 Kuripan pada tahun 2013, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Tanggamus pada tahun 2016 dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 2 Kotaagung pada tahun 2019. Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) dan memperoleh beasiswa bidikmisi tahun 2019-2023.

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) selama 7 hari di Desa Lugusari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu pada tahun 2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kalisari Kecamatan Wonosobo Kabupaten Tanggamus selama 40 hari pada Tahun 2021. Selanjutnya, pada Bulan Juli hingga Agustus 2022 penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT Tirta Investama Tanggamus selama 30 hari kerja efektif. Selama masa perkuliahan, penulis juga aktif dalam berorganisasi seperti menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung pada bidang I yaitu bidang akademik 2019 hingga 2020. Kemudian penulis juga aktif berorganisasi di Forum GenRe (Generasi Berencana) Kabupaten Tanggamus dan peneliti juga mendapatkan gelar sebagai Juara 1 Duta GenRe Kabupaten Tanggamus 2022 dan Duta GenRe Berbakat Provinsi Lampung 2022.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah *rabbi' alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Kepuasan Pengunjung dan Valuasi Ekonomi Kawasan Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus”**. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya bantuan, arahan, bimbingan, motivasi, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis dan Dosen Pembimbing Akademik atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarif, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang telah memberikan arahan, saran, dan nasihat.
4. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., selaku Dosen Pembimbing Pertama yang dengan sabar memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Lina Marlina, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasehat, arahan, dan bimbingan

selama proses penyelesaian skripsi.

6. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P., selaku Dosen Penguji atas saran dan arahan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.
7. Dr. Ir. Raden Hanung, M.P., selaku Pembimbing Akademik atas saran, arahan, motivasi selama penulis menjadi mahasiswa agribisnis.
8. Teristimewa kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda tercinta Lahuddin dan Ibunda tersayang Sumarni, yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
9. Kakak perempuanku Apni lestari dan abang iparku Yenri Kudadiri yang selalu memberikan semangat, motivasi, arahan, serta doa yang tiada hentinya kepada penulis.
10. Terspesial untuk keluarga besar datuk Sahirin (Alm) dan Abdul Manaf (Alm) yang selalu support dan selalu memberikan saran, masukan serta motivasi kepada penulis.
11. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
12. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Luki, Mas Boim, dan Mas Bukhari yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.
13. Pengelola tempat Wisata Bukit Idaman atas semua bantuan, arahan, dan izin yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Sahabatku tersayang Riri Wulandari, Sofita Harfiatu Haq, Ummu Adilla, Denti Fitrianti, Fadilah Nur Safitri, Alex Firli Firmandani, Haris Alfikri, Indah Kusuma Wati, Zuliardo atas bantuan dalam penyelesaian skripsi, doa, saran, semangat, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru.
15. Teman-teman seperjuangan di kampus, Siti Futakhakh, Vela Trecillia, Ulfa Devi Fadila, Wahyu Gusri Reynaldo, Xfan Wahyu Prakoso, Muhammad Ryan, Iva Mutiara Indah, Bang Harun Taufik, Mba Amalia Huda, Mba Naurah Nisrina atas bantuan, doa, saran, semangat, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.

16. Sahabat-sahabat rasa saudara, Dona, Yunika, Anna, Amalia, Melati, Akmal, Dina, Ade, Hutri, Agam yang telah memberikan bantuan, doa, saran, semangat, dukungan yang tiada henti, hiburan, dan kebahagiaan.
17. Teruntuk keluarga besar Forum GenRe Tanggamus dan seluruh duta 2021, 2022, dan 2023 atas bantuan, keceriaan, kebersamaan, hiburan, motivasi, semangat dan saran yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini
18. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2019, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
19. Kanda, Yunda, dan Adinda Agribisnis 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
20. 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.
21. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

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, 11 Juli 2023
Penulis,

Risky Syaputra

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Pustaka.....	6
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis	34
III. METODE PENELITIAN	35
A. Metode Penelitian	35
C. Lokasi, Waktu dan Pengunjung Penelitian	38
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	40
E. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Atribut Wisata Bukit Idaman menggunakan metode analisis <i>costumer satisfaction</i> <i>index</i> (CSI)	41
3. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan.....	51
4. Analisis Nilai Ekonomi Wisata Bukit Idaman.....	56

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	58
A. Sejarah Wisata Bukit Idaman	58
B. Letak Geografis dan Sejarah Berdirinya Desa Gisting Atas.....	59
C. Objek Wisata Bukit Idaman.....	61
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Bukit Idaman.....	67
B. Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan Wisata Bukit Idaman	79
B. Biaya Perjalanan yang dikeluarkan Pengunjung Objek Wisata Bukit Idaman.....	90
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Bukit Idaman.....	92
D. Nilai Ekonomi Wisata Bukit Idaman.....	103
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah kunjungan pariwisata Kabupaten Tanggamus 2017-2021.....	2
2. Penelitian terdahulu.....	25
3. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Idaman tahun 2022	40
4. Indikator-indikator atribut 4A	42
5. Skor tingkat harapan dan tingkat kenyataan	42
6. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis <i>Customer Satisfaction</i> <i>Index (CSI)</i>	44
7. Uji validitas tingkat harapan	49
8. Uji validitas tingkat kenyataan.....	50
9. Uji realibilitas tingkat harapan dan kenyataan	51
10. Sebaran umur pengunjung objek Wisata Bukit Idaman.....	69
11. Sebaran pekerjaan pengunjung objek Wisata Bukit Idaman.....	72
12. Sebaran daerah pengunjung objek Wisata Bukit Idaman	74
13. Perhitungan tingkat kepuasan dan interpretasi kepuasan analisis.....	80
14. Tingkat harapan dan kenyataan atribut kepuasan pengunjung Wisata Bukit Idaman.....	82
15. Biaya perjalanan pengunjung Wisata Bukit Idaman	91
16. Hasil uji multikolinearitas	94
17. Hasil uji white (heteroskedastisitas).....	95
18. Hasil uji analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan Wisata Bukit Idaman.....	96
19. Hasil perhitungan nilai ekonomi Wisata Bukit Idaman	104
20. Identitas Pengunjung.....	113
21. Rincian biaya perjalanan	119

22. Biaya total perjalanan per individu	125
23. Rincian Dummy Sarana dan Prasarana	128
24. Rata-rata total biaya perjalanan.....	130
25. Total pendapatan pengunjung Bukit Idaman	131
26. Faktor-faktor yang mempengaruhi.....	134
27. Y transformasi	137
28. Surplus konsumen	140
29. Nilai ekonomi.....	143
30. Tingkat harapan.....	144
31. Tingkat kenyataan	147
32. Jumlah akumulasi data tingkat harapan	150
33. Jumlah akumulasi data tingkat kenyataan.....	151
34. CSI	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Metode valuasi ekonomi non pasar.....	9
2. Surplus Konsumen	17
3. Diagram alir valuasi ekonomi Wisata Bukit Idaman	34
4. Diagram kartesius Importance Performance Analysis	46
5. Peta Lokasi Wisata Bukit Idaman	62
6. Agrowisata kopi Wisata Bukit Idaman	63
7. Fasilitas Spot Foto.....	66
8. Sebaran jenis kelamin objek Wisata Bukit Idaman.....	68
9. Sebaran pendidikan pengunjung objek Wisata Bukit Idaman	71
10. Sebaran tingkat pendapatan pengunjung Wisata Bukit Idaman.....	73
11. Sebaran jarak tempuh pengunjung Wisata Bukit Idaman	75
12. Sebaran jumlah kunjungan wisatawan dalam satu tahun terakhir	76
13. Sebaran jumlah kelompok kunjungan Wisata Bukit Idaman.....	77
14. sebaran sumber informasi pengunjungWisata Bukit Idaman.....	78
15. Diagram kartesius IPA Wisata Bukit Idaman	83
16. Fasilitas tempat duduk	153
17. Fasilitas spot foto	153
18. Akses jalan	153
19. Locket karcis.....	154
20. Area lahan parkir.....	154
21. Fasilitas karaoke.....	154
22. Fasilitas kantin	155
23. Fasilitas mushola.....	155
24. Fasilitas toilet	155

25. Fasilitas gazebo	156
26. Area lahan parkir motor	156
27. Fasilitas spot foto	156
28. Dokumentasi dengan pengunjung	157
29. Dokumentasi dengan pengunjung	157
30. Dokumentasi dengan pengunjung	157

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah baik di daratan maupun di perairan. Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata memiliki manfaat yaitu meningkatkan pendapatan dan devisa negara, meningkatkan pendapatan suatu daerah, dan juga meningkatkan pendapatan penduduk sekitar. Jasa pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang diperoleh dari kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik. Semakin banyak turis yang datang ke Indonesia maka semakin banyak pula devisa yang akan diterima oleh negara Indonesia.

Provinsi Lampung sangat kaya dengan kualitas sumber daya alam salah satunya wisata alam buatan yang sangat indah dan memukau. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, dari Januari hingga Juni 2019 sudah ada 4 juta lebih wisatawan yang berkunjung yaitu 4.525.127 wisatawan nusantara, dan 100.469 wisatawan mancanegara. Jika melihat perkembangan dari tahun ke tahun, kunjungan wisatawan ke Lampung naik cukup signifikan. Tahun 2014, kunjungan wisatawan nusantara hanya 4,32 juta, tahun 2015 naik 5,37 juta, tahun 2016 naik jadi 7,38 juta, tahun 2017 jadi 11,39 juta, dan di tahun 2018 naik hingga 13,93 juta kunjungan. Tahun 2018 terjadi peningkatan kunjungan wisata di Lampung sebesar 17,07 persen dibanding tahun 2017. Salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki potensi pariwisata alam yang luar biasa

adalah Kabupaten Tanggamus dengan keindahan objek wisata yang tersebar di berbagai wilayah. Jumlah pengunjung baik domestik maupun mancanegara setiap tahunnya mengalami kenaikan. Berikut data jumlah kunjungan pariwisata Kabupaten Tanggamus dari Tahun 2017-2021 dapat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah kunjungan pariwisata Kabupaten Tanggamus 2017-2021

Tahun	Jumlah wisatawan mancanegara	Jumlah wisatawan nusantara	Total
2017	1164	385.645	386.809
2018	2211	435.581	437.792
2019	3535	455.068	458.603
2020	2105	597.786	599.891
2021	0	100.965	100.965

Sumber: Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Tanggamus

Tabel 1 menunjukkan bahwa intensitas kunjungan wisatawan di Kabupaten Tanggamus setiap tahunnya mengalami peningkatan. Namun, di tahun 2021 pelaku wisata dan juga pemerintah di Kabupaten Tanggamus harus dihadapi dengan adanya dampak pandemi *covid-19*. Sektor pariwisata Tanggamus sebagai sektor awal yang sangat terdampak dari adanya pandemi ini karena terjadi penurunan kunjungan wisatawan secara drastis terhitung dari awal Tahun 2020 hingga 2021.

Destinasi wisata di Kabupaten Tanggamus yang sangat ramai dikunjungi para wisatawan baik lokal maupun dari luar Tanggamus salah satunya yaitu Wisata Bukit Idaman. Wisata ini terletak di Desa Gisting Atas, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus. Kecamatan ini terkenal akan wisata yang asri dan udara yang sangat sejuk, sehingga Kecamatan ini dijuluki dengan julukan kota dingin. Disini pengunjung dapat menikmati pemandangan gunung Tanggamus dengan suasana yang begitu asri. Selain tempat untuk menikmati pemandangan yang memukau bukit idaman juga dijadikan tempat untuk pengambilan gambar dan video. Menurut pengelola wisata bukit idaman

pengunjung cukup ramai sejak pagi hari dan terus berdatangan saat siang menjelang sore. Untuk tiket masuk wisata cukup murah yaitu sepuluh ribu rupiah saja, dan dapat ditukarkan dengan secangkir kopi.

Bukit idaman adalah wisata agrowisata alam buatan yang menyajikan pemandangan gunung dan hamparan pemukiman Kabupaten Tanggamus. Agrowisata ini dibangun dari tahun 2017 dan diresmikan tahun 2018 yang luasnya mencapai 2,7 hektar. Wisata yang berlatarkan gunung Tanggamus ini menyuguhkan banyak sekali berbagai macam tanaman bunga dengan beragam warna, serta menyediakan spot foto yang kekinian dan banyak disukai oleh kaum *millenial*. Hal tersebut membuat wisata ini banyak digemari oleh wisatawan sehingga setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah pengunjung, selain tempat yang nyaman untuk bersantai wisata ini juga sangat cocok untuk dijadikan tempat *camping*.

Beberapa permasalahan, seperti tingginya jumlah pengunjung baik dari domestik dan luar Tanggamus dapat mengakibatkan dampak positif dan juga menimbulkan dampak negatif. Seiring berjalannya waktu aktivitas ekowisata dapat menimbulkan kerusakan sumber daya alam yang ada di daerah tersebut, sehingga menurunkan daya tarik ekowisata yang ada. Hal tersebut disebabkan belum adanya peraturan yang tegas berkaitan dengan pelestarian sumberdaya alam yang ada di wisata bukit idaman tersebut, serta belum adanya peraturan jelas mengenai pengunjung yang merusak wahana foto.

Tingginya jumlah pengunjung belum diikuti dengan pengelolaan yang baik di wisata ini, jumlah pengunjung yang terus meningkat mengakibatkan semakin banyak sampah yang tak terkendali karena belum adanya peringatan atau poster yang melarang membuang sampah sembarangan, serta banyaknya pengunjung yang kurang kesadaran dan kedisiplinan akan membuang sampah pada tempatnya. Hal tersebut dapat membuat pengunjung merasa tidak nyaman dan merasa tidak puas ketika berkunjung ke Wisata Bukit Idaman. Selain itu juga, karena banyaknya pengunjung yang berdatangan sehingga mengakibatkan kerusakan sarana dan prasarana seperti banyak spot foto yang kotor dan kurang memadai, toilet yang bau dan kotor, tempat ibadah yang

kurang nyaman, dan lain sebagainya. Jika salah satu dari fungsi lingkungan itu rusak seperti sampah yang berserakan dimana-mana, fasilitas yang kurang memadai, dan agrowisata kopi yang kurang diangkat, maka fungsi dan manfaat lingkungan tersebut dapat terganggu sehingga dalam memberikan kenyamanan dan menyajikan pemandangan akan kurang maksimal. Sehingga akan mempengaruhi kepuasan pengunjung terhadap Wisata Bukit Idaman.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka beberapa masalah yang dapat diambil antara lain adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kepuasan pengunjung terhadap Wisata Bukit Idaman?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan Wisata Bukit Idaman?
3. Berapakah nilai ekonomi Wisata Bukit Idaman berdasarkan analisis biaya perjalanan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis kepuasan pengunjung terhadap Wisata Bukit Idaman
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan Wisata Bukit Idaman
3. Menganalisis nilai ekonomi Wisata Bukit Idaman berdasarkan analisis biaya perjalanan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengelola Wisata Bukit Idaman, sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan lokasi wisata, sehingga daya tarik wisata bukit idaman terus meningkat.

2. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai bahan 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 Bukit Idaman dan untuk pengambilan kebijakan

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Wisata

Wisata Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pada umumnya setiap daerah memiliki daya tariknya sendiri biasanya berupa warisan alam maupun nenek moyang berupa adat-istiadat dan kebudayaan lainnya. Peningkatan pariwisata sejalan dengan adanya peningkatan aktivitas wisata alam bebas. Wisata alam harus diolah secara baik agar dapat memberikan nilai tambah bagi objek tersebut.

Pariwisata adalah segala kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat yang berhubungan wisatawan dan tempat wisata. Perjalanan wisata biasanya dilakukan minimal beberapa jam dan maksimal 6 bulan, dalam orientasi mencari kesenangan, kesehatan, rekreasi, pendidikan, relaksasi dan prestise di tempat tujuan wisata (Pradana, 2019). Jasa pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang diperoleh dari kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik (Arifa, 2019). Objek wisata yang menarik minat pengunjung perlu adanya faktor sarana dan prasarana yang mendukung pengembangan suatu objek wisata. Sarana wisata merupakan perlengkapan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung wisata. Beberapa sarana pariwisata

adalah sarana akomodasi, tempat makan, tempat parkir, tempat belanja oleh-oleh, sarana transportasi dan fasilitas umum.

2. Nilai Ekonomi Wisata Alam

Nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan. Nilai yang menyangkut barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam dan lingkungan yaitu dengan pemberian harga pada barang dan jasa yang dihasilkan sumber daya alam dan lingkungan. Dengan demikian nilai ekonomi dari sumber daya alam dan lingkungan yang memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan manumur, dimana kesejahteraan ini diukur berdasarkan setiap penilaian terhadap dirinya sendiri (Fauzi, 2003).

Sumber daya alam selain menghasilkan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi baik secara langsung (*direct*) maupun tidak langsung (*indirect*) juga dapat menghasilkan jasa-jasa lingkungan yang memberikan manfaat dalam bentuk lain, seperti manfaat yaitu keindahan dan ketenangan, manfaat tersebut sering disebut sebagai manfaat fungsi ekologis yang sering tidak terkuantifikasikan dalam perhitungan menyeluruh terhadap nilai sumber daya. Nilai tersebut tidak saja merupakan nilai pasar barang yang dihasilkan dari suatu sumber daya melainkan juga nilai jasa lingkungan yang ditimbulkan oleh sumber daya tersebut (Fauzi, 2006).

3. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*) (Susilowati, 2009). Penilaian ekonomi sumberdaya alam merupakan suatu alat ekonomi (*economic tool*) yang menggunakan teknik penilaian tertentu

untuk mengestimasi nilai uang dari barang dan jasa yang diberikan oleh suatu sumberdaya alam. Penilaian ekonomi sumberdaya merupakan suatu bentuk penilaian yang komprehensif. Dalam hal ini tidak saja nilai pasar (*market value*) dari barang tetapi juga nilai jasa (nilai ekologis) yang dihasilkan oleh sumberdaya alam yang sering tidak terkuantifikasi kedalam perhitungan menyeluruh sumberdaya alam.

Kualitas sumber daya alam dan lingkungan merupakan masalah ekonomi, sebab kemampuan sumber daya alam tersebut menyediakan barang dan jasa menjadi semakin berkurang, terutama pada sumber daya alam yang tidak dapat dikembalikan seperti semula (*irreversible*). Oleh karena itu, kuantifikasi manfaat (*benefit*) dan kerugian (*cost*) harus dilakukan agar proses pengambilan keputusan dapat berjalan dengan 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 (Soemarno, 2010).

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah sebagai berikut.

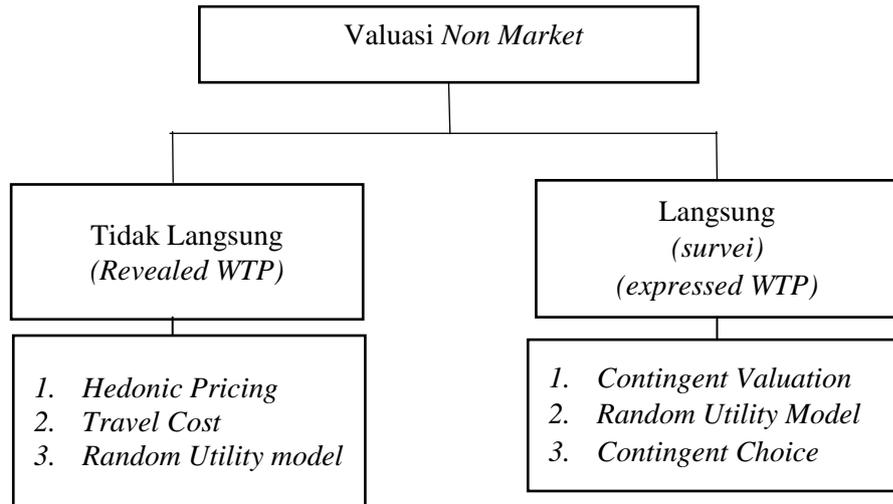
$$TEV = UV + NUV = (DUV + IUV) + (OV + EV + BV) \dots \dots \dots (1)$$

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 = *Existance value* (nilai keberadaan)
- BV = *Bequest value* (nilai warisan)

Nilai guna (*use value*), yaitu suatu bentuk penjabaran suatu nilai yang diperoleh dari pemakaian langsung dan berkaitan dengan sumberdaya lingkungan yang sedang diteliti, sedangkan nilai guna tak langsung (*non-use value*), yaitu nilai yang tidak ada kaitan langsung dengan kemungkinan pemakaian sumber daya alam dan lingkungan. Lingkungan memiliki manfaat dan fungsi ekologis yang sering tidak terkuantifikasi dalam

perhitungan nilai lingkungan secara menyeluruh seperti keindahan alam, kejernihan mata air, dan kesejukan udara. Terganggunya fungsi dan manfaat lingkungan dapat memengaruhi pemilihan metode perhitungan valuasi ekonomi. Menurut Fauzi (2006) dalam menentukan nilai ekonomi total dapat digunakan proses pendekatan non pasar (*non market*) yang dapat dapat disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode valuasi ekonomi non pasar

Gambar 1 menerangkan bahwa pilihan metode valuasi ekonomi yang dapat diterapkan ke dalam perhitungan nilai ekonomi kerusakan lingkungan. Fungsi dan manfaat lingkungan yang terganggu dapat mempengaruhi pemilihan metode perhitungan valuasi ekonomi. Pendekatan harga pasar dan non pasar dapat digunakan untuk menentukan nilai ekonomi total. Valuasi ekonomi yang tidak dapat dipasarkan (*non market goods*) terbagi menjadi dua yaitu manfaat langsung dan tidak langsung. Berikut yang termasuk ke dalam kelompok manfaat tidak langsung, yaitu:

a. *Travel Cost Method*

Travel Cost Method (TCM) merupakan metode yang telah banyak digunakan dalam menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka yang digunakan untuk menilai ekonomi secara tidak langsung.

TCM pada prinsipnya digunakan untuk mengkaji pengeluaran biaya yang dikeluarkan individu untuk mengunjungi tempat rekreasi.

b. *Random Utility Model*

Random utility model merupakan metode dengan alternatif lokasi wisata dan tidak jauh beda dengan TCM, namun *random utility model* tidak hanya terpaku pada jumlah kunjungan rekreasi akan tetapi pada saat faktor-faktor pengganti lokasi tersedia maka nilai dari karakteristik suatu alternatif ke lokasi lain dapat diukur.

c. *Hedonic Pricing*

Metode nilai berkaitan dengan pendekatan hedonis yang merupakan suatu teknik penilaian atas lingkungan yang didasarkan pada perbedaan harga sewa lahan yang diasumsikan adanya perbedaan kualitas lingkungan. Secara tidak langsung pendekatan ini digunakan untuk menduga nilai perubahan kualitas lingkungan agar nilai kesanggupan membayar (*willingness to pay*) dapat ditentukan.

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.

a. Pendekatan Orientasi Pasar

1) Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang jasa :

- a) Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*).
- b) Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*)

2) Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:

- a) Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*).
- b) Biaya penggantian (*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 lain terhadap nilai tanah.
 - d) Biaya Perjalanan (*travel cost method*)
 - e) Pendekatan Perbedaan Upah (*wage differensial method*)
 - f) Penerimaan Kompensasi

b. Pendekatan Orientasi Survei

- 1) Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*).
- 2) Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept*) (Susilowati, 2009).

4. Travel Cost Method (TCM)

Menurut Fauzi (2014), Metode biaya perjalanan (*travel cost method/TCM*) dikembangkan oleh Harold Hotelling pada tahun 1947 dan dikembangkan lebih lanjut oleh Wood dan Trice pada tahun 1958 dan Clayson dan Knetsch pada tahun 1966. Metode ini banyak digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap sumberdaya alam yang terbuka. Esensi dari biaya perjalanan adalah bahwa biaya perjalanan dari rumah ke tempat destinasi wisata merefleksikan permintaan akan destinasi wisata tersebut. Asumsi yang mendasari metode biaya perjalanan adalah adanya pengeluaran biaya atas waktu dan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Pada metode ini pengunjung ditanyakan berapa biaya perjalanan serta atributnya. Biaya perjalanan adalah total pengeluaran yang dikeluarkan pengunjung untuk kegiatan wisata, terdiri dari biaya transportasi, tiket masuk, biaya makan, penginapan dan parkir. Metode Biaya Perjalanan (*travel cost method*) memiliki tiga pendekatan, yaitu :

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

- b. *Individual Travel Cost Method (ITCM)*, estimasi CVM berdasarkan data *survey* dari setiap individu (pengunjung), bukan didasari oleh pengelompokan zona. Metode ini lebih didasarkan pada data primer yang akan diperoleh dengan melakukan survei dan teknik statistika. Kelebihan dalam menggunakan metode ini hasil yang lebih akurat dibandingkan metode zonasi. Dalam menentukan hipotesis dibangun berdasarkan *individu travel cost method*, yaitu kunjungan ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan sehingga kurva permintaan yang memiliki kemiringan yang negatif. Fungsi permintaan ITCM dapat dirumuskan dengan persamaan :

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

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 pengunjung terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi,
 S_{ij} = karakteristik objek wisata substitusi yang mungkin ada di tempat lain,
 M_i = pendapatan dari individu

Langkah dalam melakukan kegiatan perjalanan, yaitu menentukan lokasi wisata, menentukan atau mengorbankan waktu rekreasi wisata, membentuk kerangka sampling, membuat model, merancang penelitian dan variabel yang dapat diukur, melakukan survei, menghitung biaya perjalanan dan menganalisis dengan model yang telah dirancang (Fauzi, 2006). Untuk menentukan daerah asal, biaya perjalanan dan berbagai bentuk karakteristik sosial ekonomi lainnya diperlukan survei terhadap para pengunjung.

Menurut Ekwarso, dkk (2010), dalam menghitung biaya perjalanan dapat dituliskan dalam persamaan berikut :

$$BPT = BT + BK + BTM + BP + BK \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

- BPT = Biaya perjalanan total per individu (Rp)
- BT = Biaya transportasi perindividu (Rp)
- BK = Biaya konsumsi perindividu (Rp)
- BTM = Biaya tiket masuk perindividu (Rp)
- BP = Biaya parkir (Rp)
- BK = Biaya karaoke (Rp)

Menurut Fauzi (2006) tujuan dasar dari *Travel Cost Method* (TCM) adalah untuk mengetahui nilai kegunaan dari sumberdaya alam melalui *proxy*.

Biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi jasa dari sumberdaya alam digunakan sebagai *proxy* untuk menentukan harga dari sumberdaya alam tersebut. Langkah melakukan TCM antara lain :

- a. Memilih fasilitas rekreasi
- b. Memilih waktu rekreasi dan musim wisata.
- c. Merancang dan membuat kerangka sampling
- d. Merancang dan membuat model
- e. Mengidentifikasi penelitian termasuk variabel-variabel yang akan diukur
- f. Melakukan survei
- g. Mengkalkulasi biaya perjalanan
- h. Menganalisis dengan model yang telah dirancang dan estimasi *use value* dari suatu rekreasi.

Konsep dasar yang membuat TCM berbeda adalah waktu dan biaya dalam perjalanan yang dibelanjakan oleh masing-masing individu untuk mengunjungi suatu lokasi dapat menjadi cerminan bagi akses ke lokasi, sehingga kesediaan membayar untuk mengunjungi lokasi itu dapat diestimasi menjadi perjalanan yang akan mereka lakukan dengan beragam biaya perjalanan yang dikeluarkan. Hal ini menjadi sebuah analogi dengan estimasi kesediaan membayar (WTP) orang-orang untuk suatu barang dan jasa yang dipasarkan berdasarkan kualitas barang yang diminta pada beragam harga. Pemilihan TCM dalam sebuah penelitian didasari atas keunggulan dan dasar penerapan yang dipertimbangkan.

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. 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 gradient/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).

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

a) Pendapatan

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

b) Harga

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

c) Struktur Keluarga

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

- d) Kualitas
Kualitas suatu barang atau jasa akan sangat mempengaruhi kesediaan individu untuk membeli barang atau jasa tersebut.
- e) Perubahan cuaca dan iklim
Adanya perubahan cuaca dan iklim akan sangat mempengaruhi permintaan akan destinasi wisata khususnya alam yang sepenuhnya tergantung pada alam
- f) Hari libur
Individu akan melakukan perjalanan wisata di saat hari libur atau cuti untuk keperluan *refreshing* untuk menghilangkan penat.

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).

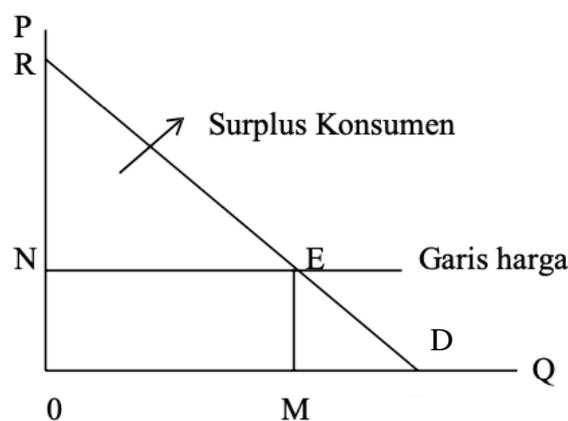
Dalam melaksanakan kegiatan wisata, pengunjung memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi sehingga biaya perjalanan dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang. Permintaan wisata selain yang disebutkan di atas juga ditentukan oleh sifat-sifat tempat tujuan, perjalanan, daya tarik objek wisata, dan efektif tidaknya kegiatan pemasaran tempat tujuan (Igunawati, 2010).

6. Surplus Konsumen

Aspek penting yang terdapat pada penilaian ekonomi dari sumber daya alam salah satunya yaitu bagaimana surplus dari sumber daya alam mampu dimanfaatkan maksimal, sehingga perlu pemahaman mengenai kurva permintaan dan kurva penawaran agar konsep surplus dapat diturunkan dengan lebih rinci. Pada perspektif ekonomi neo-klasik, kurva permintaan

dapat diturunkan dari dua sisi yang berbeda, yaitu dengan menurunkan kurva permintaan dari memaksimalkan kepuasan atau utilitas yang kemudian akan menghasilkan kurva untuk permintaan biasa (*ordinary demand curve*) atau biasa disebut juga dengan kurva permintaan Marshall. Adapun cara lainnya yaitu dengan menurunkan kurva permintaan dari meminimisir pengeluaran yang akan menghasilkan kurva permintaan terkompensasi (*compensated demand curve*) atau sering juga disebut kurva permintaan Hicks (Fauzi, 2006).

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) Perhatikan gambar berikut ini.



Gambar 2. Surplus Konsumen

Keterangan :

OREM = Total utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total nilai surplus konsumen

Gambar 2 menunjukkan bahwa kesediaan membayar berada di area bawah kurva permintaan. Kurva permintaan mengukur jumlah yang akan dibayarkan oleh konsumen untuk tiap unit yang dikonsumsi. OREM menunjukkan total utilitas yang diperoleh konsumen atas konsumsi suatu barang atau merupakan ukuran kemauan membayar total karena jumlah tersebut adalah hasil penjumlahan dari 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 membayar diatas pengeluaran kas untuk konsumsi (Kusuma, 2009).

7. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan yang menyenangkan atau bentuk kekecewaan seseorang yang diakibatkan karena hasrat dalam menilai dengan membandingkan suatu kinerja yang ditujukan pada suatu produk (hasil) terhadap ekspektasi konsumen. Dalam penilaian kinerja, dirasa gagal dalam memenuhi ekspektasi konsumen akan cenderung merasa kecewa atau tidak puas. Namun, jika sebuah kinerja dirasa sesuai dengan ekspektasi seseorang, konsumen akan merasa puas. Jika dalam suatu kinerja dapat pada posisi melebihi derajat kepuasan dan ekspektasi, maka konsumen akan sangat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2008).

Tjiptono dan Diana (2015) mengemukakan pendapat bahwa terdapat lima aspek yang menerangkan tentang kepuasan yaitu :

- a. *Expectations* (harapan) merupakan harapan konsumen dalam menilai tentang apa yang akan diterima dari sebuah prroduk yang diberikan.

- b. *Performance* (kinerja) merupakan penilaian yang dirasakan konsumen terhadap kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dengan melihat dimensi tingkat kepentingan konsumen.
- c. *Comparison* (perbandingan) merupakan penilaian yang dilakukan setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja secara aktual dibandingkan oleh konsumen.
- d. *Confirmation* atau *disconfirmation* merupakan suatu penegasan dari sebuah harapan konsumen, dengan mempertimangkan apakah harapan setelah membeli dengan persepsi awal ketika membeli sama atau tidak.
- e. *Discrepancy* (ketidaksesuaian) merupakan diskonfirmasi yang negatif dalam menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besarnya ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Lupiyoadi (2001), berpendapat bahwa terdapat lima faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus dipertimbangkan yaitu :

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas ketika mereka menunjukkan penggunaan produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan dan jasa, yaitu penilaian konsumen terhadap apa yang dirasakan terhadap pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan.
- c. Emosi, yaitu rasa bangga dan pendapat keyakinan konsumen bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu dengan kecenderungan akan lebih bangga atau merasa memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, yaitu kualitas yang sama dengan harga yang lebih murah akan memberikan penilaian yang lebih tinggi kepada konsumen.
- e. Biaya, yaitu konsumen tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan kecenderungan akan merasa puas terhadap produk atau jasa yang didapatkan.

Berdasarkan faktor utama kepuasan konsumen yang telah diuraikan sebelumnya, Kotler (2005), menyatakan bahwa ciri-ciri seorang konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut :

- a. Loyal terhadap produk. Konsumen akan mempertimbangkan membeli ulang produk tersebut dari tempat atau produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi melalui prantara mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi seperti ini merupakan ciri penilaian konsumen terhadap produk yang secara tidak langsung memberitakan hal baik yang didapatkan konsumen terhadap suatu produk kepada konsumen lain.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama dalam membeli atau menggunakan produk lain. Ketika konsumen ingin membeli produk lain, maka perusahaan akan mempertimbangkan atau membandingkan produk tersebut dengan produk diperusahaan yang menurutnya baik.

8. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Menurut Supranto (2011), *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. Penggunaan CSI untuk melihat persentase kepuasan pengunjung terhadap produk atau jasa. Dengan kata lain, metode ini menjadi gambaran bagaimana kemungkinan seseorang pelanggan mempertimbangkan untuk beralih keproduk lain yang dianggap lebih baik, dengan pertimbangan jika produk tersebut terjadi perubahan dalam hal harga pelayanan maupun atribut lain yang menyebabkan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen terhadap produk tersebut menjadi lebih besar. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

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

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WS_k}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots(6)$$

9. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan suatu uji untuk mengetahui kevalidan atau keakuratan suatu data dari kuisioner. Uji validitas perlu dilakukan karena untuk mengetahui apakah item pertanyaan yang digunakan mampu mengukur apa yang ingin diukur. Kuisioner valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Nilai uji validitas dalam penelitian ini didapat melalui r hitung dan r tabel. Jika r hitung > r tabel maka dapat dikatakan kuisioner tersebut valid. 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 pengunjung dalam kuisioner. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dikatakan reliabel dengan standar dapat diterima jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 (Ghozali, 2011).

10. Atibut Pariwisata (4A)

Daya Tarik Wisata Menurut Cooper dkk (1995: 81) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: *attraction*, *accessibility*, *amenity* dan *ancilliary*.

1. *Attraction* (Atraksi)

Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata.

Apa yang dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu 1) *Natural Resources* (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Modal kepariwisataan itu dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata ditempat dimana modal tersebut ditemukan. Ada modal kepariwisataan yang dapat dikembangkan sehingga dapat menahan wisatawan selama sehari-hari dan dapat berkali-kali dinikmati, atau bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ketempat yang sama. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW).

2. *Amenity* (Fasilitas)

Amenity atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. Dengan menggunakan prasarana yang cocok dibangunlah sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, marina, gedung pertunjukan, dan sebagainya. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, telepon, dan lain-lain. Mengingat hubungan antar sarana dan prasarana, sudah jelas bahwa pembangunan prasarana pada umumnya harus mendahului sarana. Ada saatnya prasarana dibangun bersama-sama dalam rangka pembangunan sarana wisata. Suatu tempat dapat berkembang sebagai daerah tujuan wisata apabila aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan syarat untuk sarana, dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.

3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Accessibility merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Di sisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

4. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata. *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk dapat melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu mengenai valuasi ekonomi dengan metode *travel cost* menjadi salah satu literatur acuan dalam penelitian yang akan dilakukan. Hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya lakukan adalah lokasi wisata yang terletak di Kecamatan

Gisting Kabupaten Tanggamus adalah salah satu kabupaten yang sedang mengembangkan dan memberdayakan potensi wisata alam untuk meningkatkan pendapatan daerah. Variabel yang digunakan untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata adalah biaya perjalanan, umur, pendidikan, pendapatan, jarak, lama perjalanan, sarana dan prasarana, hari kunjungan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka valuasi ekonomi kawasan wisata dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penelitian terdahulu.

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Evaluasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. (Al-Khoiriah, Prasmatiwi, dan Affandi, 2017).	<p>1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke taman wisata Pulau Pahawang.</p> <p>2. Menganalisis biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung taman wisata Pulau Pahawang</p> <p>3. Menganalisis nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang berdasarkan analisis biaya perjalanan (travel cost).</p>	<p>1. Metode analisis: Penghitungan biaya, Djijono (2002).</p> <p>2. Perhitungan nilai ekonomi: metode biaya perjalanan (travel cost method), Fauzi (2006).</p>	<p>Rata-rata biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung adalah sebesar Rp459.726,00. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan pengunjung 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>
2.	Estimasi Permintaan Dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. (Fitriana, Abidin, dan Endaryanto, 2017).	<p>1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi daya tarik Taman Wisata Alam Angke Kapuk.</p> <p>2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk.</p> <p>3. Untuk mengetahui nilai ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk.</p>	<p>1. Metode analisis: metode analisis deskriptif kuantitatif.</p>	<p>Frekuensi kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk dipengaruhi oleh biaya perjalanan, umur, pendapatan, keadaan hutan mangrove, fasilitas, pelayanan, daya tarik dan hari kunjungan wisata. Nilai ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk adalah Rp10.606.271.602 per tahun.</p>

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3.	Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. (Arifa, Abidin, dan Marlina, 2019).	1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke kawasan wisata Pulau Pisang. 2. Untuk mengetahui biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung kawasan wisata Pulau Pisang 3. Untuk mengetahui valuasi ekonomi taman wisata Pulau Pisang berdasarkan analisis biaya perjalanan (travel cost).	1. Metode analisis: metode biaya perjalanan (travel cost), Djijono (2002).	Biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp341.563,00 per individu per kunjungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan kawasan wisata Pulau Pisang adalah jarak, umur, dan biaya perjalanan (travel cost). Total perhitungan nilai ekonomi dengan menggunakan metode Travel Cost Method pada kawasan wisata Pulau Pisang sebesar Rp80.503.202.900.000,00 per tahun.
4.	Analisis Dampak Ekonomi Kegiatan Wisata Youth Camp Di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman (Tahura War). (Shafika, Arifin, dan Endaryanto, 2020).	1. untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan	1. Metode analisis: analisis deskriptif kualitatif. 2. Metode analisis: metode <i>regresi linier</i> berganda. 3. Metode: <i>multiplier effect</i> atau efek pengganda.	Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan di Youth Camp secara signifikan adalah jarak tempuh, lama mengetahui keberadaan objek wisata dan umur. Wisata Youth Camp .
5.	Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian Di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. (Mahardika, Arifin, dan Nugraha, 2019).	1. untuk mengkaji faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. 2. menganalisis nilai ekonomi Objek Wisata	1. Metode analisis: metode analisis deskriptif kualitatif dan metode analisis deskriptif kuantitatif. 2. Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis variabel dependen.	Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Sentulfresh Education Farmdi Kabupaten Bogor secara signifikan adalah biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan

Tabel 2. Lanjutan

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Sentulfresh Education Farm di Kabupaten Bogor.		Total nilai ekonomi Objek Wisata Sentulfresh Education Farm di Kabupaten Bogor adalah sebesar Rp11.101.412.264,62. Nilai ekonomi dari kegiatan wisata tergolong tinggi sehingga keberadaan kawasan Objek Wisata Sentulfresh Education Farm perlu dipertahankan.
6.	Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang. (Subardin, Yusuf, 2011).	<p>1. Untuk menentukan faktor-faktor sosial ekonomi yang berpengaruh terhadap permintaan jasa lingkungan rekreasi Taman Wisata Alam Punti Kayu</p> <p>2. Untuk mengetahui kesediaan membayar ke tempat rekreasi tersebut.</p>	<p>1. Metode sampling: nonprobability sampling</p>	<p>Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh rata-rata kesediaan berkorban per kunjungan sebesar Rp.4.288,02. Tingkat kunjungan dipengaruhi jarak di mana semakin jauh jarak semakin sedikit jumlah kunjungan, jumlah penduduk di mana pengunjung sebagian besar membawa anggota keluarga, penghasilan per bulan di mana berpengaruh pada biaya perjalanan, dan pendidikan yakni semakin lama menempuh pendidikan memerlukan rekreasi sebagai waktu luang.</p>
7.	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran. (Zulpikar, Prasetyo, Shelvatis, Komara, dan Pramudawardhani, 2017).	<p>1. untuk mengestimasi potensi nilai ekonomi dari objek wisata Pantai Batu Karas menggunakan pendekatan Individual Travel Cost Method.</p>	<p>1. Metode analisis data: metode deskriptif dan kuantitatif.</p>	<p>Potensi nilai ekonomi wisata Pantai Batu Karas mencapai Rp 86,571,960,874.00 per tahun dengan tingkat pemanfaatan aktual saat ini yaitu sebesar Rp54,648,575,495.00 per tahun (63% dari total potensi ekonomi</p>

Tabel 2. Lanjutan

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Karas.	yang ada). Biaya perjalanan, jarak dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisata ke Pantai Batu Karas, sedangkan umur pengunjung, pendapatan, tingkat pendidikan dan jumlah anggota kelompok tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan.
8.	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta Dengan Pendekatan Travel Cost. (Panjaitan, Saputra, dan Rudyanti, 2017).	1. mengetahui nilai ekonomi wisata bahari Pantai Wediombo berdasarkan biaya perjalanan (Travel Cost Method) yang dikeluarkan wisatawan untuk sekali berkunjung.	Pada perhitungan nilai ekonomi objek wisata Pantai Wediombo dengan pendekatan travel cost maka diperoleh hasil sebesar Rp. 52.787.622.096/tahun dengan rata-rata biaya perjalanan individu sebesar Rp 208.296,-/kunjungan.
9.	Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. (Sukwika, dan Kasih, 2020).	1. Untuk menentukan faktor pengaruh terhadap jumlah kunjungan ke TWAGP 2. Untuk menghitung valuasi ekonomi TWAGP berdasarkan metode biaya perjalanan.	Terdapat empat faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata ke TWAGP diantaranya, biaya perjalanan, tingkat pendidikan, lama mengetahui dan jarak tempuh. Berdasarkan perhitungan surplus konsumen menggunakan TCM diperoleh nilai Rp209.000 per individu per kunjungan dan nilai ekonomi lokasi sebesar Rp8.535.978.000.

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				Keberhasilan tempat tujuan wisata dapat ditentukan melalui indikator kepuasan wisatawan salah satunya ketersediaan pelayanan, akomodasi (Khisma, 2016), infrastruktur (Sukwika, 2018) dan pengembangan kawasan (Hironimus et al., 2019). Penelitian selanjutnya dapat mengambil isu pengelolaan sampah di TWAGP.
10.	Nilai Ekonomi Jasa Wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung Dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalan. (Effendi, Bakri, dan Rusita, 2015).	1. Untuk mengetahui nilai ekonomi jasa wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung.	Penelitian ini menggunakan metode survey. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda.	Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada objek wisata Pulau Tangkil diketahui bahwa nilai ekonomi jasa wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung menunjukkan angka sebesar Rp10.888.284.096/tahun, dengan biaya perjalanan rata-rata pengunjung sebesar Rp361.209/orang/kali kunjungan.
11.	Valuasi Ekonomi Dengan Metode <i>Travel Cost</i> Destinasi Wisata River Tubing Bronjong Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran (Nasa, Rosanti, Marlina, 2022)	untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Wisata River Tubing Bronjong, nilai ekonomi destinasi wisata River Tubing Bronjong, dan kepuasan pengunjung terhadap atribut biaya wisata	Penelitian ini menggunakan metode survey. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda, analisis deskriptif, dan analisis <i>customer satisfaction index</i> (CSI)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata River Tubing Bronjong adalah jarak, umur, pendidikan, dan pendapatan. Nilai ekonomi wisata River Tubing Bronjong adalah Rp5.407.448.275.862,07 per tahun.

Tabel 2. Lanjutan

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				Tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut biaya sebesar 77.25 persen yang menunjukkan bahwa pengunjung puas dengan atribut biaya yang dikeluarkan ketika berwisata ke River Tubing Bronjong.
12.	Analisis Tentang Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Semarang, (Bintari, dan Yuningstih, 2017).	<p>1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Kota Semarang.</p> <p>2. Untuk menganalisis kesesuaian harapan pengunjung dengan kinerja pelayanan di Taman Margasatwa Semarang.</p>	<p>1. Penentuan pengunjung: metode accidental sampling</p>	<p>1. Tingkat Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Semarang Dari 14 indikator yang diteliti terdapat bahwa 5 indikator masuk kategori memuaskan. 7 indikator masuk dalam kategori cukup memuaskan. Serta 2 indikator masuk dalam kategori kurang memuaskan yaitu indikator penanganan pengaduan saran dan masukan dan indikator tangibles (bukti fisik).</p> <p>2. Kesesuaian Harapan Pengunjung dengan Kinerja Pelayanan Berdasarkan pada diagram kartesius terdapat 2 unsur/ indikator yang perlu dijadikan prioritas perbaikan kinerja pelayanannya, 7 unsur/ indikator yang perlu dipertahankan kinerja pelayanannya, 4 unsur/ indikator yang perlu ditingkatkan kinerja pelayanannya.</p>

Tabel 2. Lanjutan

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
13.	Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kinerja Dan Tingkat Kepentingan Pengunjung Pada Objek Wisata Agro Hortimart Agro Center Bawen, Kabupaten Semarang, (Pratiwi, Dan Yuliatwati, 2019)	1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan pengunjung dengan tingkat kinerja dan kepuasan pengunjung terhadap Agro Hortimart Agro Center.	1. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survey 2. Teknik pengambilan sampel: accidental sampling 3. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, Importance Performance Analysis (IPA) dan Diagram Kartesius.	Dari penelitian yang telah dilakukan, bahwa pengunjung merasa puas terhadap tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pengunjung yang diberikan oleh Hortimart Agro Center. Nilai rata-rata skor gap yang didapat menunjukkan bahwa pengunjung menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara kinerja dengan tingkat kepentingan pengunjung.
14.	Analisis kepuasan pengunjung objek wisata umbul ponggok klaten ditinjau dari kualitas pelayanan, harga, dan promosi, (Nursinggih, Apriatni EP, 2020)	1. Mengetahui seberapa besar perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja Variabel Harga Objek Wisata Umbul Ponggok 2. Mengetahui seberapa besar perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja Variabel Promosi Objek Wisata Umbul Ponggok 3. Mengetahui atribut apa yang dianggap penting oleh pengunjung untuk menciptakan kepuasan tetapi pelaksanaannya belum dilaksanakan secara optimal oleh pihak pengelola	1. Teknik pengambilan sample yaitu nonprobability sampling. 2. Teknik sampel adalah Purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2004:78).	1. Perbedaan terlihat pada tabel rekapitulasi Harga sebesar 4,56 sedangkan kinerja yang diberikan sebesar 3,77. 2. Perbedaan tersebut terlihat pada tabel rekapitulasi tingkat kinerja yang menunjukkan rata-rata harapan pengunjung terkait Promosi sebesar 4,52 sedangkan kinerja yang diberikan sebesar 3,71. 3. Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi merupakan faktor penting bagi pengunjung untuk menciptakan kepuasan. Namun atribut-atribut dalam kualitas pelayanan memiliki kinerja yang paling rendah dibanding atribut harga dan promosi. Hal ini tentunya diperlukan adanya perbaikan yang perlu dilakukan oleh manajemen pengelola.

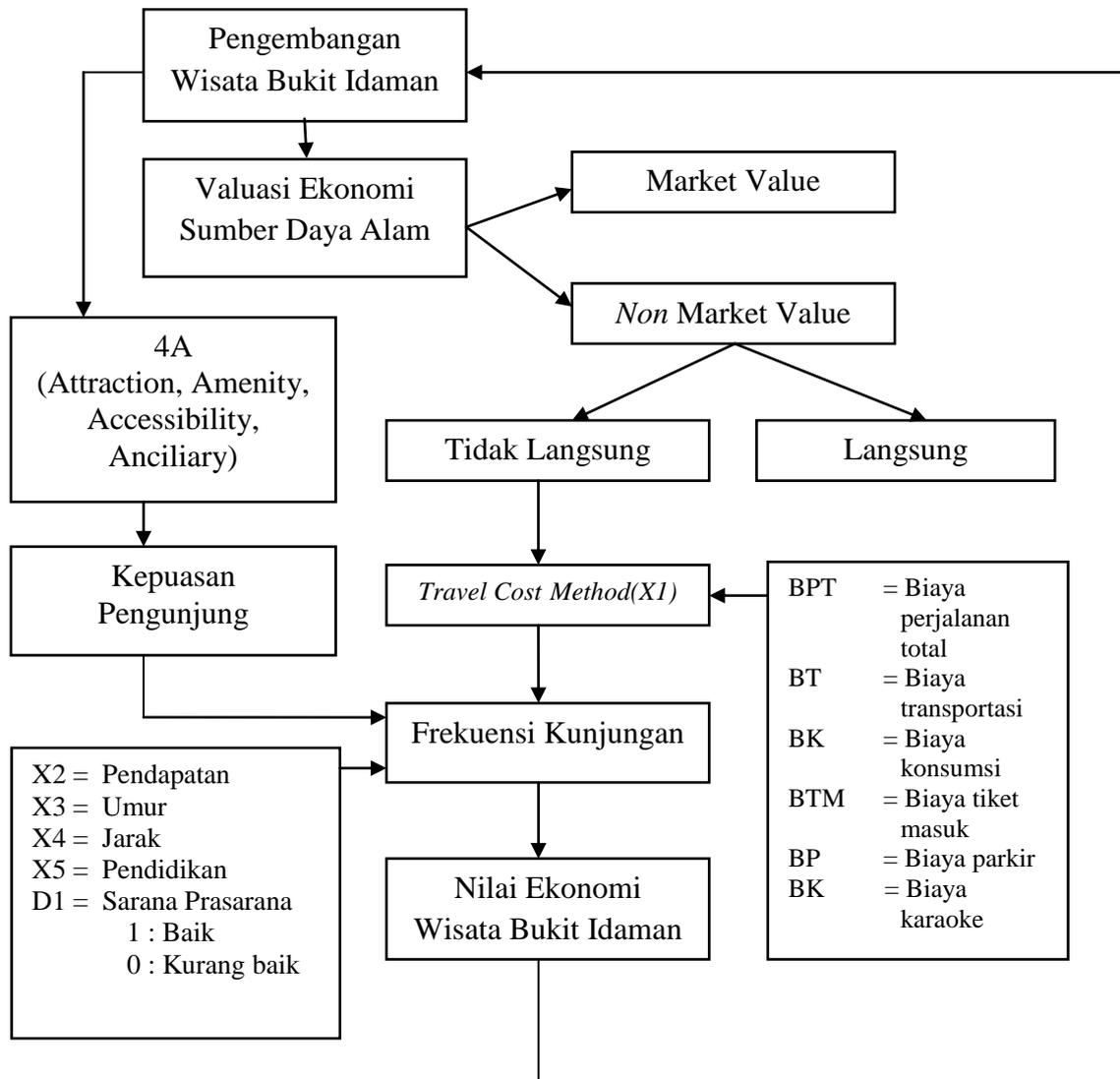
C. Kerangka Pemikiran

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata yang sangat tinggi. Selain pantai, gunung, dan air terjun, Lampung juga memiliki wisata alam buatan yang sangat memukau salah satu Wisata Bukit Idaman. Wisata bukit idaman yang terletak di kecamatan Gisting ini sangat cocok untuk dijadikan tempat rekreasi bersama keluarga, teman dan kerabat, serta menghilangkan rasa penat setelah berkegiatan, Wisata Bukit Idaman ini juga sangat cocok untuk dijadikan tempat *camping* karena letaknya yang cukup strategis yaitu diatas perbukitan yang begitu indah dan sangat begitu nyaman, selain itu juga terkenal dengan pemandangan yang sangat memukau serta udara yang sejuk dan juga asri. Wisata ini banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik, selain ingin melihat panorama alam yang indah, wisata ini juga dapat dijadikan pilihan yang tepat untuk dijadikan spot foto karena wisata ini menyediakan spot foto yang begitu menarik. Selain itu, wisata ini juga menyediakan fasilitas-fasilitas seperti tempat karaoke, musholla dan cafe, beberapa kantin, dan lain sebagainya. Tak heran jika jika setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah pengunjung.

Wisata Bukit Idaman ini selain memiliki manfaat pasar seperti agrowisata kopi sebagai tanaman yang dibudidayakan, juga memiliki manfaat non-pasar yaitu manfaat-manfaat intrinsik, seperti pemandangan dan lainnya. Adapun potensi wisatanya yang belum dikembangkan secara maksimal, fasilitas umum yang kurang memadai serta akses perjalanan menuju lokasi wisata yang tidak baik membuat daya tarik pengunjung terhadap lokasi kurang baik. Dengan adanya masalah yang ada, oleh karena itu wisata ini perlu dilakukan valuasi ekonomi non pasar untuk mengetahui besarnya nilai ekonomi Wisata Bukit Idaman ini. Nilai ekonomi dari Wisata Bukit Idaman ini dapat diestimasi menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*).

Nilai ekonomi yang diestimasi dengan metode TCM dilakukan dengan menghitung besarnya biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk menuju wisata Bukit Idaman yang meliputi, biaya total, biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya parkir, biaya tiket wisata dan biaya karaoke. Di samping menghitung

nilai ekonomi, perlu diteliti juga faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan untuk mengetahui permintaan wisata. Frekuensi kunjungan diperkirakan dapat dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan, pendapatan, umur, pendidikan, dan sarana prasarana. Variabel – variabel tersebut kemudian analisis dengan uji regresi linear berganda, sehingga bisa diperoleh variabel apa saja yang dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata. Untuk melihat gambaran yang lebih jelas, maka kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Diagram alir valuasi ekonomi Wisata Bukit Idaman di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus

D. Hipotesis

Diduga variabel biaya perjalanan, pendapatan, umur, jarak, pendidikan, dan sarana prasarana berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke Wisata Bukit Idaman.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode dasar penelitian yang digunakan tentang valuasi ekonomi di kawasan wisata bukit idaman adalah metode survei. Menurut (Sugiyono, 2011) metode survei merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari suatu tempat tertentu tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misal dengan mengedarkan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Menurut (Singarimbun, 2011) langkah-langkah dalam melakukan metode survei adalah merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survei, menentukan konsep dan hipotesis serta menggali kepustakaan, pengambilan sampel, pembuatan kuesioner, pekerjaan lapang, pengolahan data, analisa dan pelaporan. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dari pengunjung kawasan wisata bukit idaman mengenai frekuensi kunjungan, biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung dan nilai atau valuasi ekonomi dari kawasan Wisata Bukit Idaman.

B. Konsep Dasar, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel

Konsep dasar penelitian merupakan petunjuk dan pengertian mengenai variabel-variabel yang akan diteliti untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan penelitian. Konsep dasar dan definisi operasional mencakup semua pengertian dan pengukuran yang dipergunakan untuk

mendapatkan data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Konsep dasar penelitian ini adalah valuasi kawasan wisata bukit idaman. Beberapa pengertian yang berkaitan dengan konsep ini adalah sebagai berikut.

Pariwisata adalah segala kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan dan tempat wisata. Objek wisata dapat menarik minat pengunjung bila ada sarana dan prasarana yang mendukung suatu objek wisata.

Kepuasan pengunjung merupakan perasaan seseorang seperti kecewa, puas atau tidak puas, senang atau tidak senang dari konsumen terhadap suatu objek wisata yang dikunjunginya, Kepuasan konsumen terhadap objek wisata dilihat dari indikator 4A yaitu *attraction* atau atraksi, *amenity* atau fasilitas, *accessibility* atau aksesibilitas, dan *ancilliary* atau pelayanan tambahan.

Attraction merupakan atraksi wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan di suatu destinasi wisata yang mencakup alam, budaya, dan buatan.

Amenity merupakan akomodasi yang mencakup sarana dan pra sarana, akomodasi merupakan bangunan yang didirikan secara komersial seperti hotel, *homestay*, *villa*, *resort* dan lainnya, dimana terdapat kamar tidur dan fasilitas penunjang seperti sarana dan pra sarana.

Accessibility merupakan akses menuju suatu daerah atau suatu destinasi, aksesibilitas mencakup transportasi darat dan laut, udara, komunikasi, dan jaringan internet

Ancilliary merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

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

Frekuensi kunjungan adalah jumlah kunjungan yang dilakukan pengunjung ke suatu lokasi wisata yang diukur dengan satuan kali kunjungan.

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

Travel Cost Method (TCM) merupakan metode yang digunakan untuk menghitung nilai ekonomi secara tidak langsung yang digunakan untuk menganalisis terhadap permintaan rekreasi di suatu objek wisata

Permintaan wisata adalah jumlah kunjungan wisatawan ke Wisata Bukit Idaman pada tingkat harga tertentu yang dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam kurun waktu tertentu.

Surplus konsumen adalah perbedaan antara jumlah maksimum yang bersedia dibayar konsumen untuk sebuah barang dengan jumlah sebenarnya yang dibayar konsumen.

Biaya transportasi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk biaya kendaraan umum, membeli bahan bakar, biaya sewa kendaraan, dan biaya parkir yang diukur dalam satuan rupiah.

Biaya konsumsi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang dari aktivitas yang dibeli di lokasi wisata dan yang dibeli atau dibawa dari rumah, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya tiket masuk adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk membeli tiket masuk ke suatu lokasi wisata, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya parkir adalah biaya yang dikeluarkan seseorang untuk memarkirkan kendaraan selama berwisata, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya karaoke adalah biaya yang dikeluarkan seseorang untuk mendapatkan hiburan berupa karaoke, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya perjalanan adalah jumlah uang atau biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat. Biaya perjalanan meliputi, biaya transportasi pulang-pergi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya karaoke, dan biaya parkir, yang diukur dalam satuan rupiah.

Pendapatan merupakan jumlah seluruh gaji yang diterima anggota keluarga yang mengunjungi bukit idaman.

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

Jarak merupakan jarak dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi bukit idaman satuan kilometer.

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

Sarana dan prasarana adalah Fasilitas penunjang wisata sebagai pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung di Wisata Bukit Idaman.

Variabel ini dapat dinyatakan dengan variable baik dan kurang baik. Variabel ini diukur dengan dummy (1= baik dan 0= kurang baik).

C. Lokasi, Waktu dan Pengunjung Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan Wisata Bukit Idaman yang terletak di Desa Gisting Atas, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung, desa ini memiliki luas wilayah 515 hektar. Secara topologi Bukit Idaman berbatasan dengan beberapa daerah. Batas dari topologi tersebut adalah sebagai berikut sebelah utara berbatasan dengan Pekon Gisting Bawah, sebelah selatan berbatasan dengan Pekon Gisting Permai, sebelah barat berbatasan dengan Pekon Sidokaton dan gunung tanggamus dan sebelah timur berbatasan langsung dengan Kecamatan Pugung.

Lokasi ini dipilih secara *purposive* (sengaja), dengan pertimbangan bahwa lokasi kawasan wisata Bukit Idaman merupakan tujuan wisata andalan Kabupaten Tanggamus karena pemandangannya yang sangat indah dan mempesona selain itu keunikan wisata ini dengan wisata lainnya yaitu wisata ini sangat strategis untuk menikmati indah nya *sunset* di sore hari karena wisata ini terletak di atas perbukitan yang lumayan luas, selain tempat nya yang sejuk dan nyaman untuk menghilangkan penat, tempat wisata ini juga banyak menyediakan spot foto pendukung yang sangat menarik. Penelitian ini dilakukan selama bulan Desember- Januari 2023.

Sampel merupakan bagian dari populasi, sedangkan populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen-elemen sejenis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung wisata bukit idaman, karena populasinya terlalu besar maka perlu dilakukan penarikan sampel. Penarikan sampel dilakukan untuk mempermudah pengambilan data namun masih memiliki karakter dari populasi sehingga dapat merepresentasikan karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling merupakan teknik yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Bukit Idaman yang melakukan rekreasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah pengunjung dengan kriteria umur minimal 17 tahun atas pertimbangan pada umur tersebut, pengunjung telah memiliki pendapatan sendiri khususnya saat berkunjung ke lokasi tersebut (Hurlock, 2002), pengunjung yang datang berkelompok hanya diambil satu sebagai pengunjung. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan yaitu metode accidental sampling yakni teknik penentuan sampel yang secara kebetulan bertemu dengan pewawancara pada saat penelitian dilakukan bila wisatawan tersebut cocok dengan sumber data. Hal ini disebabkan karena jumlah kunjungan yang tidak pasti dan mengalami fluktuatif pada hari-hari tertentu. Jumlah pengunjung wisatawan tahun 2022 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Idaman tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Kunjungan (orang)
1.	Januari	7.900
2.	Februari	6.200
3.	Maret	6.000
4.	April	4.400
5.	Mei	6.400
6.	Juni	5.600
7.	Juli	6.400
8.	Agustus	5.600
9.	September	6.320
10.	Oktober	6.200
Jumlah		61.020

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Idaman tahun 2022 sebesar 61.020 orang. Sehingga diperoleh penentuan ukuran dalam sampel menggunakan rujukan rumus pada teori Issac dan Michael (1995), yaitu:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan :

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- S² = Variasi sampel (5% = 0,05)
- Z = Tingkat kepercayaan (95% = 1,96)
- d = derajat penyimpangan (5% = 0,05)

$$n = \frac{61.020 (1,96)^2 (0,05)}{61.020 (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,05)}$$

$$n = 76,53 = 76 \text{ orang}$$

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pengunjung yang berkunjung ke Wisata Bukit Idaman melalui pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner. Hal ini

bertujuan untuk memperoleh data atau jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Data sekunder merupakan data yang telah diolah oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pihak pengelola Wisata Bukit Idaman, literatur buku, jurnal, skripsi terdahulu yang relevan, Badan Pusat Statistik, internet, dan sumber lainnya yang mendukung topik penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitiann ini yaitu studi kepustakaan, dokumentasi, wawancara menggunakan kuesioner, dan observasi secara langsung.

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Atribut Wisata Bukit Idaman menggunakan metode analisis *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

Untuk menganalisis tujuan pertama digunakan analisis *Costumer Satisfaction Index* (CSI), yang merupakan bentuk pengukuran konsumen yang melihat keterkaitan kepada suatu merek dan produk. Metode analisis (CSI) digunakan untuk melihat tingkat persentase kepuasan pengunjung 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). Indikator yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut wisata Bukit Idaman yaitu dengan meggunakan 4A (*Attraction, Amenity, Accesibility, Anciliary*), indikator-indikator atribut dapat dilihat dalam Tabel 4.

Tabel 4. Indikator-indikator atribut 4A

No	Indikator 4A	Atribut- atribut fasilitas
1.	<i>Attraction</i>	Pemandangan (panorama) Agrowisata kopi
2.	<i>Amenity</i>	Spot foto gazebo Restoran/kantin Toilet/WC Mushola Tempat duduk Parkir Karaoke
3.	<i>Accessibility</i>	Jaringan komunikasi Jaringan internet Akses jalan Petunjuk jalan
4.	<i>Anciliary</i>	Keamanan Pelayanan

Bagaimana harapan dan kenyataan untuk atribut-atribut tersebut maka pengukurannya dilakukan dengan menggunakan skala likert 1-5. Menurut Supranto (2006) dengan kriteria sangat tidak puas sampai sangat puas seperti disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Skor tingkat harapan dan tingkat kenyataan

	Kriteria	Skor
Skor Tingkat Harapan	Sangat Tidak Puas	1
	Tidak Puas	2
	Puas	3
	Cukup Puas	4
	Sangat Puas	5
	Kriteria	Skor
Skor Tingkat Kenyataan	Sangat Tidak Puas	1
	Tidak Puas	2
	Puas	3
	Cukup Puas	4
	Sangat Puas	5

Sumber: Supranto, 2006.

Atribut yang digunakan sebagai objek pengukuran yaitu 4A (*Attraction, Amenity, Accesibility, Anciliary*) *Attraction* yang meliputi dari pemandangan (panorama) dan agrowisata kopi, *Amenity* yang meliputi spot foto, gazebo, restoran, toilet/WC, mushola, tempat duduk, parkir, dan karaoke, *Accesibility* yang meliputi jaringan komunikasi, jaringan internet, jalan, dan petunjuk arah, yang terakhir *anciliary* yang meliputi keamanan dan pelayanan. Tahap dalam pengukuran CSI yaitu:

Analisis CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan serta kinerja dari atribut-atribut wisata. Tahap-tahap analisis data menggunakan CSI antara lain :

- a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Nilai MIS diperoleh dari rata-rata tingkat harapan pengunjung tiap variabel atau atribut. Nilai MSS diperoleh nilai rata-rata tingkat kenyataan yang dirasakan pengunjung tiap variabel atau atribut. Secara matematis, nilai MIS dan MSS dapat dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$\text{MIS} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots(8)$$

$$\text{MSS} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan :

N = Jumlah pengunjung
 Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke-i
 X_i = Nilai kinerja atribut Y ke-i

- b. Menghitung nilai *Weighting Factor* (WF)

Nilai WF diperoleh dari persentase nilai MIS per bobot terhadap total MIS seluruh atribut.

$$\text{WF}_i = \frac{\text{MIS}_i}{\text{Total MIS}_i} \times 100\% \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan :

MIS_i = *Mean Importance Score* ke-i

c. Menghitung *Weighted Score* (WS)

Nilai WS diperoleh dari perkalian antara nilai WF dengan rata-rata tingkat kepuasan, secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$WS_i = WF_i \times MSS \dots \dots \dots (11)$$

Keterangan:

MSS = *Mean Satisfaction Score*

WF = *Weighting Factor* ke-i

d. Menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Perhitungan CSI dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots (12)$$

Keterangan :

WS = *Weighted score*

HS = Skala maksimum pada skala likert yang digunakan yaitu 5

Setelah diperoleh *score* CSI, tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan dapat disajikan pada kriteria tingkat kepuasan konsumen pada Tabel 6.

Tabel 6. 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 – 100	Sangat Puas

Sumber : Supranto, 2006

2. Analisis Kepuasan pengunjung terhadap Atribut Wisata Bukit Idaman menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Simamora (2000) *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung dengan membandingkan tingkat harapan dengan tingkat kenyataan suatu objek wisata berdasarkan beberapa atribut wisata dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}) dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari skor tingkat kenyataan dan \bar{Y} adalah rata-rata dari skor tingkat harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Metode analisis untuk menjawab tujuan ketiga juga menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Metode ini digunakan untuk memetakan hubungan antara harapan dan kenyataan setiap atribut yang ditawarkan serta untuk mengetahui atribut wisata apa yang harus ditingkatkan dan dipertahankan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap wisata tersebut. Berikut tahapan analisis data dengan metode IPA (Supranto, 2006):

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

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

Keterangan:

TK_i = Tingkat kesesuaian

X_i = Skor penilaian harapan

Y_i = Skor penilaian kenyataan

- b. Menghitung rata-rata penilaian pada setiap atribut dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

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

Keterangan:

X_i = Skor rata-rata harapan atribut i

Y_i = Skor rata-rata kenyataan atribut i

n = Jumlah pengunjung

- c. Menentukan batas diagram kartesius dengan menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menggunakan rumus sebagai berikut:

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

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

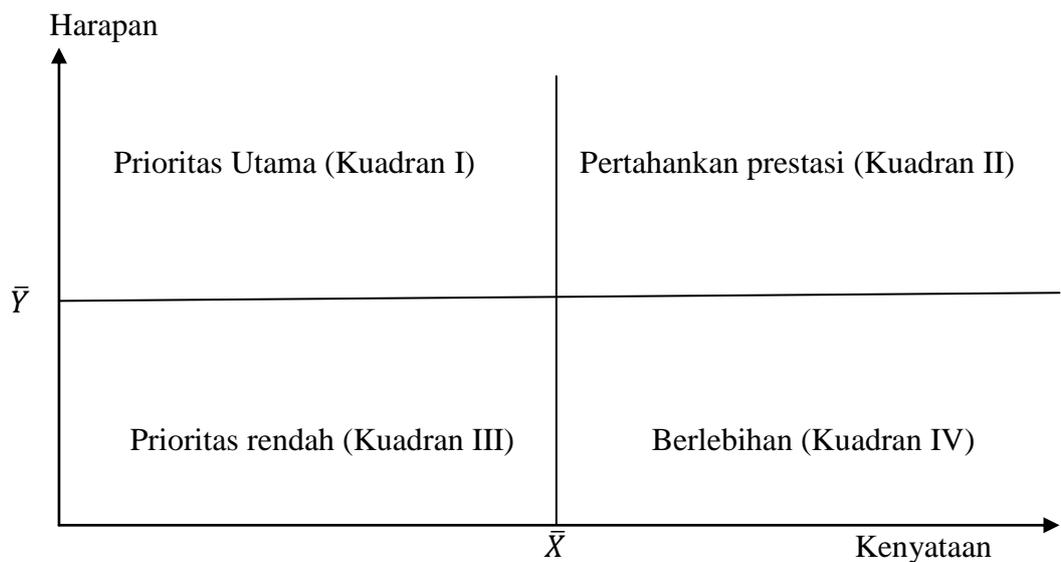
Keterangan:

$\bar{\bar{X}}$ = Jumlah total rata-rata skor tingkat harapan

$\bar{\bar{Y}}$ = Jumlah total rata-rata skor tingkat kenyataan

k = Jumlah atribut yang diteliti

- d. menginterpretasikan setiap atribut pada kuadran diagram kartesius seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram kartesius Importance Performance Analysis

- i. Kuadran I : Kuadran satu atribut yang dianggap penting dalam rongga arif kepuasan pengunjung namun kinerja nya belum memenuhi harapan pengunjung atribut atribut pada kuadrat ini menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.
- ii. Kuadran II : Atribut yang dianggap penting dalam mempengaruhi kepuasan dan kinerja nya sudah sesuai dengan harapan sehingga pengunjung merasa puas oleh karena itu kinerja atribut pada kuadran ini perlu dipertahankan.
- iii. Kuadran III : Atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan kinerja yang diberikan pun biasa saja sehingga atribut pada kuadrat ini tidak perlu menjadi prioritas bagi pengelolaan objek wisata.
- iv. Kuadran IV : Atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung namun kinerja yang diberikan sangat baik atau bahkan berlebihan sehingga pengunjung merasa puas.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk menilai sejauh mana data dan pertanyaan dalam kuisisioner dapat dimengerti oleh pengunjung. Pengujian dilakukan terhadap 76 pengunjung yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mengetahui setiap bulir pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner tersebut sah (*valid*) dan handal (*reliable*).

- a. Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat (*valid*) pada kuisisioner. 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 pengunjung 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).

Rumus mencari r_{hitung} sebagai berikut (Sufren dan Natanael, 2013):

$$r_{hitung} = n \frac{(\sum X_1 Y_1) - (\sum X_1) \times (\sum Y_1)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2) \times \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}} \dots\dots\dots(18)$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi (validitas)

X = Skor pada atribut item n

Y = Skor pada total atribut

XY = Skor pada atribut item n dikalikan skor total

n = Banyaknya atribut

- b. Uji reliabilitas merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengukur konsistensi dari instrumen yang diukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dari kuesioner dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran koefisiensi reliabilitas dapat menggunakan rumus koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* karena pilihan jawaban lebih dari dua, dengan rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right) \dots\dots\dots(19)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

S_i = Varian skor tiap item pertanyaan

S_t = Varian total

k = Jumlah item pertanyaan

Nilai Validitas dapat bernilai baik apabila nilai *corrected* item dari total *correlation* bernilai di atas 0,36 r - tabel dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir-butir setiap item penilaian dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dapat disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji validitas tingkat harapan

No	Pertanyaan	Corrected item Total correlation	Keterangan
1	Attraction		
	Pemandangan (Panorama)	0,747**	Valid
	Agrowisata Kopi	0,629**	Valid
2	Amenity		
	Spot Foto	0,475**	Valid
	Gazebo	0,687**	Valid
	Restoran/Kantin	0,750**	Valid
	Toilet/WC	0,684**	Valid
	Mushola	0,849**	Valid
	Tempat duduk	0,857**	Valid
	Parkir	0,800**	Valid
	Karaoke	0,804**	Valid
3	Accessibility		
	Jaringan Komunikasi	0,860**	Valid
	Jaringan Internet	0,663**	Valid
	Jalan	0,912**	Valid
	Petunjuk Arah	0,855**	Valid
4	Anciliary		
	Keamanan	0,776**	Valid
	Pelayanan	0,825**	Valid

Keterangan:

** : Sangat nyata pada taraf kepercayaan 99% ($\alpha=0,01$)

Tabel 7 didapatkan hasil uji validitas terhadap tingkat harapan nilai r hitung yang didapatkan lebih besar daripada r-tabel yang sebesar 0,36. Hal ini menunjukkan setiap atribut yang digunakan pada tingkat harapan dalam pengujian validitas menunjukkan arti data yang tersaji seluruhnya dikatakan valid sehingga dapat digunakan untuk tahap selanjutnya dalam proses penelitian.

Tabel 8. Uji validitas tingkat kenyataan

No	Pertanyaan	Corrected item Total correlation	Keterangan
1	Attraction		
	Pemandangan (Panorama)	0,450**	Valid
2	Agrowisata Kopi	0,434**	Valid
	Amenity		
	Spot Foto	0,673**	Valid
	Gazebo	0,522**	Valid
	Restoran/Kantin	0,375**	Valid
	Toilet/WC	0,450**	Valid
	Mushola	0,403**	Valid
	Tempat duduk	0,434**	Valid
	Parkir	0,630**	Valid
	Karaoke	0,656**	Valid
3	Accessibility		
	Jaringan Komunikasi	0,592**	Valid
	Jaringan Internet	0,562**	Valid
	Jalan	0,641**	Valid
4	Petunjuk Arah	0,526**	Valid
	Anciliary		
	Keamanan	0,622**	Valid
	Pelayanan	0,630**	Valid

Keterangan:

** : Sangat nyata pada taraf kepercayaan 99% ($\alpha=0,01$)

Tabel 8 didapatkan hasil uji validitas terhadap tingkat kenyataan nilai r hitung yang didapatkan lebih besar daripada r-tabel yang sebesar 0,36. Hal ini menunjukkan setiap atribut yang digunakan pada tingkat kenyataan dalam pengujian validitas menunjukkan arti data yang tersaji seluruhnya dikatakan valid sehingga dapat digunakan untuk tahap selanjutnya dalam proses penelitian. Setelah dilakukan uji validitas selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Pengujian reliabilitas bertujuan agar mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan taraf ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut dalam menjelaskan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilaksanakan pada periode waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus pengujian yang melihat nilai *cronbach alpha*, dengan ketentuan apabila suatu instrumen dapat

dikatakan reliable apabila nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6 uji reliabilitas dapat disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Uji realibilitas tingkat harapan dan kenyataan

	Crounbach's Alpha	Standard
Tingkat Harapan	0,950	0,6
Tingkat Kenyataan	0,834	0,6

Tabel 9 menunjukkan hasil uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 26 dari hasil uji tersebut didapatkan bahwa nilai *crounbach alpha* pada tingkat harapan sebesar 0,950 dan tingkat kenyataan sebesar 0,834 yang dimana nilai *crounbach alpha* sudah lebih besar dari 0,6 yang artinya data pada setiap atribut biaya yang diuji seluruhnya sudah *reliable* sehingga data yang ada dapat digunakan untuk proses selanjutnya.

4. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan

Untuk menganalisis tujuan kedua, menggunakan analisis biaya perjalanan dengan tujuan menganalisis biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung Wisata Bukit Idaman. Biaya perjalanan adalah pengeluaran biaya secara keseluruhan yang dikeluarkan oleh pengunjung objek wisata dalam satu kali perjalanan antara lain biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain. Secara keseluruhan dapat dihitung dengan rumus berikut.

$$BPT = BT + BK + BTM + BK + BP \dots\dots\dots (20)$$

Keterangan:

- BPT = Biaya perjalanan total per individu (Rp)
- BT = Biaya transportasi perindividu (Rp)
- BK = Biaya konsumsi perindividu (Rp)
- BTM = Biaya tiket masuk perindividu (Rp)
- BK = Biaya karaoke (Rp)
- BP = Biaya parkir (Rp)

Selanjutnya dilakukan perhitungan biaya perjalanan dengan metode analisis regresi linier berganda untuk menganalisis variabel dependen yaitu frekuensi kunjungan yang diduga dipengaruhi variabel independen biaya perjalanan, pendapatan, umur, tingkat pendidikan, dan sarana prasarana. Pada umumnya, terdapat dua model regresi yang biasa digunakan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisata, yaitu regresi linear berganda dan regresi poisson. Menurut Aulele (2012), apabila dalam analisisnya melibatkan dua atau lebih variabel bebas, maka regresi yang digunakan adalah regresi linier berganda dan apabila variabel Y berdistribusi Poisson, maka model regresi yang digunakan adalah regresi Poisson. Dalam penelitian ini, analisis data melibatkan enam variabel bebas, data terdistribusi secara normal dan tidak terdistribusi Poisson, sehingga regresi yang cocok dipakai dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda.

Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 D_1 + e \dots\dots\dots(21)$$

Keterangan :

- a = Titik potong (intersep)
- b = Koefisien regresi
- Y = Frekuensi kunjungan individu Wisata Bukit Idaman setelah di transformasi (kali)
- X1 = Biaya perjalanan (Rupiah)
- X2 = Pendapatan (Rupiah)
- X3 = Umur (Tahun)
- X4 = Jarak (Km)Pendapatan
- X5 = Pendidikan (Tahun)
- D1 = Variabel Dummy Sarana dan prasarana yang tersedia di Wisata Bukit Idaman (1 = Baik, dan 0 = Kurang baik)

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

$$\hat{Y} = -\frac{Y-\bar{Y}}{\sigma} \dots\dots\dots(22)$$

Keterangan:

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

Regresi linier berganda memerlukan uji asumsi klasik yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linear yang sempurna diantara variabel-variabel independen. Tujuan dari uji Multikolinearitas yaitu untuk menguji suatu model regresi, apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinearitas seringkali terjadi pada model yang memiliki yang tinggi tetapi sedikit rasio t yang signifikan.

Pendeteksian multikolinearitas pada suatu model dapat diketahui dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) pada masing-masing variabel independen. Suatu model dapat dikatakan bermasalah multikolinearitas ketika nilai VIF lebih besar dari 10. Selain itu, multikolinearitas dapat dilihat dengan adalah membandingkan F_i dan F-hitung. Kriteria pengambilan keputusan (Pramudhito, 2010):

- 1) Jika F-hitung $> F_i$, maka terdapat hubungan kolinear antara masing-masing variabel bebas
- 2) Jika F-hitung $< F_i$, maka tidak terdapat kolinear antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya

b) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas artinya varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Model persamaan yang diperoleh dari suatu penelitian terkadang mengalami masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas memiliki konsekuensi, salah satunya yaitu penduga OLS tidak lagi

efisien. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melakukan uji White. Cara uji white yaitu dengan melakukan regresi nilai standar residual terhadap variabel bebas dalam model. Apabila P-value lebih besar dari taraf nyata yang dipakai (α) maka model tersebut tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila P-value lebih kecil dari taraf nyata yang dipakai (α) maka model tersebut terjadi masalah heteroskedastisitas. Menurut Setiawan *et al* (2010), regresi ini dilakukan secara individu terhadap masing-masing variabel independen. Jika tidak terdapat hubungan yang signifikan antara residu dengan masing-masing variabel independen maka berarti dalam model tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

Menurut Ermayanti (2012), dasar analisisnya adalah:

- 1) Jika terdapat pola tertentu atau pola teratur seperti titik-titik yang bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka diperkirakan terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola tertentu serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c) Dummy sarana prasarana

Terdapat dua kategori dalam dummy variabel sarana prasarana, yakni 1 untuk baik dan 0 untuk kurang baik. Kategori tersebut ditentukan berdasarkan penilaian pengunjung terhadap kondisi sarana dan prasarana yang ada pada wisata satu per satu yang terdiri dari angkutan umum, infrastruktur jalan, signal, kantin, toilet, mushola, tempat duduk, lahan parkir, spot foto, dan panorama. Penentuan kategori baik dan tidak baik oleh pengunjung terhadap setiap objek sarana prasarana ditentukan berdasarkan skala 1 sampai 5 dengan nilai 1 adalah nilai sangat tidak baik dan 5 adalah sangat baik, untuk kategori baik yaitu dengan skor 5, 4, dan 3 dalam skala *likert* sedangkan untuk kategori kurang baik yaitu dengan skor 2 dan 1 dalam skala *likert*. Hasil

penilaian setiap objek kemudian di rata-rata satu persatu dan hasil tersebut dapat dilihat apabila penilaian seorang individu pengunjung terhadap sarana prasarana di atas rata-rata maka akan dikategorikan baik, sedangkan apabila penilaian seorang individu pengunjung terhadap sarana prasarana di bawah rata-rata, maka akan dikategorikan tidak baik.

d) Uji t

Uji t merupakan suatu pengujian untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap bahwa variabel independen lainnya konstan. Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 yang berarti bahwa variabel bebas yaitu biaya perjalanan, pendapatan, jarak, umur, pendidikan, dan sarana prasarana secara tunggal berpengaruh terhadap variabel frekuensi kunjungan.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka terima H_0 yang berarti bahwa variabel bebas yaitu biaya perjalanan, pendapatan, jarak, umur, pendidikan, dan sarana prasarana secara tunggal tidak berpengaruh terhadap variabel frekuensi kunjungan.

Hipotesis Uji t

$H_0 : \beta_x = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh antara variabel x terhadap frekuensi kunjungan ke Wisata Bukit Idaman.

$H_1 : \beta_x \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh antara variabel x terhadap frekuensi kunjungan ke Wisata Bukit Idaman.

Untuk $x = \{X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, D_1\}$

e) Uji F

Uji F adalah suatu pengujian untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tolak H_0 artinya faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan yang terdapat dalam model secara bersama-sama mempengaruhi terhadap frekuensi kunjungan.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terima H_0 artinya faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan yang terdapat dalam model secara bersama-sama tidak mempengaruhi frekuensi kunjungan.

Hipotesis Uji F :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = 0$$

Diduga tidak terdapat pengaruh secara bersama sama antara biaya perjalanan, pendapatan, umur, jarak tingkat pendidikan, dan sarana prasarana terhadap frekuensi kunjungan ke Wisata Bukit Idaman.

$$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq 0$$

Diduga terdapat pengaruh secara bersama sama antara biaya perjalanan, pendapatan, umur, jarak, tingkat pendidikan, dan sarana prasarana terhadap frekuensi kunjungan ke Wisata Bukit Idaman.

f) Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji R² atau koefisien determinasi dipakai untuk mengukur kecocokan dari suatu garis regresi. Dalam artian, R² mengukur persentase total variasi Y yang dijelaskan oleh model regresi. Besaran selang nilai R² adalah 0. $R^2 < 1$. Jika nilai R² sebesar 1, artinya seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh regresi, sedangkan jika nilai R² sebesar 0, artinya tidak ada hubungannya sama sekali antara Y dan X. Model yang baik yaitu suatu model yang mempunyai nilai yang tinggi karena variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu yang mendekati satu.

5. Analisis Nilai Ekonomi Wisata Bukit Idaman

Metode yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga dari penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*

Method) yang lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistika. Untuk menghitung nilai ekonomi menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) yaitu dengan cara menghitung nilai surplus konsumen perindividu pertahun. Untuk menghitung nilai surplus konsumen perindividu menggunakan rumus mengacu pada teori Fauzi (2014) adalah sebagai berikut.

$$SK = \frac{v^2}{2\beta_1} \dots \dots \dots (23)$$

Keterangan:

- SK = Surplus Konsumen (Rp/orang)
 V = Jumlah Kunjungan Pengunjung (kali/tahun)
 β_1 = 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 :

$$EV = SK' \times TP \dots \dots \dots (24)$$

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)

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Wisata Bukit Idaman

Kabupaten Tanggamus memiliki banyak sekali wisata yang cukup terkenal akan keindahan alamnya salah satunya yaitu Bukit Idaman. Bukit Idaman merupakan wisata yang cukup terkenal di Kabupaten Tanggamus. Bukit Idaman terletak di Desa Gisting Atas, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus. Bukit Idaman merupakan sebutan masyarakat setempat karena bukit tersebut sangat di idam-idamkan oleh masyarakat untuk dijadikan suatu objek wisata. Dahulu lokasi tersebut bernama bukit singkek atau pohon serai namun setelah renovasi atau perbaikan serta banyak masyarakat menyebutnya dengan sebutan bukit idaman sehingga tempat ini lebih dikenal dengan Wisata Bukit Idaman. Bukit Idaman diambil dengan harapan mampu menjadi tempat idaman pengunjung ketika berekreasi. Melihat besarnya peluang ekonomi yang ada di lokasi ini sehingga masyarakat setempat berinisiatif untuk menjadikannya sebuah objek wisata. Masyarakat melihat objek wisata di Kabupaten Tanggamus sangat minim. Padahal Kecamatan Gisting memiliki keistimewaan tersendiri, sehingga cukup menarik untuk menjadi objek wisata unggulan bagi daerah setempat khususnya daerah gisting atas.

Secara swadaya dan gotong royong, warga yang tergabung dalam kelompok sadar wisata Kelurahan Gisting Atas, berupaya merubah suasana ala kadarnya menjadi lokasi nyaman dan aman. Masyarakat setempat tetap terus merawat panorama keindahan daerah sekitar Bukit Idaman agar terjaga keasriannya, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk berwisata. Mengingat sebagian besar masyarakat Desa Gisting Atas sangat tergantung dari hasil pertanian, jika terjadi penurunan harga hasil panen akan menjadi

masalah bagi kehidupan ekonomi keluarganya. Berdasarkan hal ini sangat memungkinkan terjadinya perubahan sosial masyarakat Desa Gisting Atas yang berprofesi petani untuk mengkonversi pekerjaannya di bidang industri pariwisata. Maka dari itu membuat masyarakat tidak hanya bertumpu pada sektor pertanian saja, dengan adanya Obyek Wisata Bukit Idaman dapat membantu menambah penghasilan penduduk sekitar dengan bekerja di obyek wisata ataupun berwirausaha seperti berjualan makanan dan minuman, rumah makan, tambal ban, *souvenir* dan lain sebagainya.

Status lahan Wisata Bukit Idaman saat ini yaitu berstatus kepemilikan milik pribadi atau perorangan, kawasan Wisata Bukit Idaman Ini milik Bapak Kelly Suryana yang beralamatkan di Kecamatan Kotaagung, Kabupaten Tanggamus, yang dikelola oleh bapak Eko Rismanto yang beralamatkan di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu sejak tahun 2017 hingga saat ini. Objek wisata yang memiliki luas sekitar 2,7 hektar ini dibangun pada pertengahan tahun 2017 dan resmi dibuka untuk umum pada tahun 2018 dengan nama Agrowisata Kopi Idaman (Purnamasari, 2023), akan tetapi tempat ini lebih dikenal dengan sebutan Bukit Idaman. Selain mengelola wisata ini Bapak Eko Riswanto selalu berinovasi untuk menciptakan wisata yang lebih kekinian agar menarik minat pengunjung. Pemandangan yang utama dari bukit idaman gisting adalah melihat keindahan gunung tanggamus serta daerah Gisting dari ketinggian, dengan hadirnya obyek Wisata Bukit Idaman, telah membantu pemerintah dalam penyerapan tenaga kerja. Bahkan karyawan yang ikut mengelola Bukit Idaman terserap sekitar 20 orang, dan menyerap hingga 100 orang apabila hari-hari besar seperti hari raya, dan hari besar lainnya. Belum lagi para pedagang di dalam areal wisata yang sebagian besar merupakan warga Desa Gisting Atas.

B. Letak Geografis dan Sejarah Berdirinya Desa Gisting Atas

1. Letak dan Luas Wilayah

Tanggamus merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang terbentuk melalui pemekaran Kabupaten Lampung Selatan berdasarkan

Undang-Undang Nomor 2 tahun 1997 tanggal 3 Januari 1997 dan diresmikan pada tanggal 21 Maret 1997 oleh Menteri Dalam Negeri, yang secara geografis terletak pada posisi $104^{\circ} 18'$ - $105^{\circ} 12'$ Bujur Timur dan $05^{\circ} 05'$ - $05^{\circ} 56'$ Lintang Selatan. Kabupaten Tanggamus memiliki 20 kecamatan salah satunya Kecamatan Gisting yang terdiri dari satu kelurahan yaitu kelurahan gisting meliputi wilayah amus dan campang. Kecamatan Gisting terletak di sebelah timur ibukota Kabupaten Tanggamus dan berjarak 20 kilometer dari ibukota Kabupaten Tanggamus. Secara administratif luas daerah Kecamatan Gisting adalah 3.253 hektar. Dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a) Sebelah utara berbatasan langsung dengan Kecamatan Sumberejo
- b) Sebelah timur berbatasan langsung dengan Kecamatan Gunung Alip
- c) Sebelah selatan berbatasan langsung dengan Kecamatan Pugung
- d) Sebelah barat berbatasan langsung dengan Kecamatan Kotaagung Timur

Kecamatan Gisting secara terpisah menjadi dua bagian yaitu Gisting Bawah dan Gisting Atas. Pekon Gisting Atas memiliki luas wilayah 431,65 Ha. Secara Geografis Pekon Gisting Atas terletak pada ketinggian ± 650 diatas permukaan laut. Secara administrasi Pekon Gisting Atas, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus memiliki batas – batas wilayah sebagai berikut :

- a) Sebelah utara berbatasan langsung dengan Pekon Gisting Bawah
- b) Sebelah timur berbatasan langsung dengan register 30
- c) Sebelah selatan berbatasan langsung dengan Pekon Gisting Permai
- d) Sebelah barat berbatasan langsung dengan Register 28

2. Sejarah Berdirinya Desa Gisting Atas

Kabupaten Tanggamus memiliki wilayah daratan seluas 2.855,46 km² dan wilayah laut seluas 1.799,50 km² di sekitar Teluk Semangka, dengan panjang pesisir 210 km, topografi wilayah darat bervariasi antara dataran

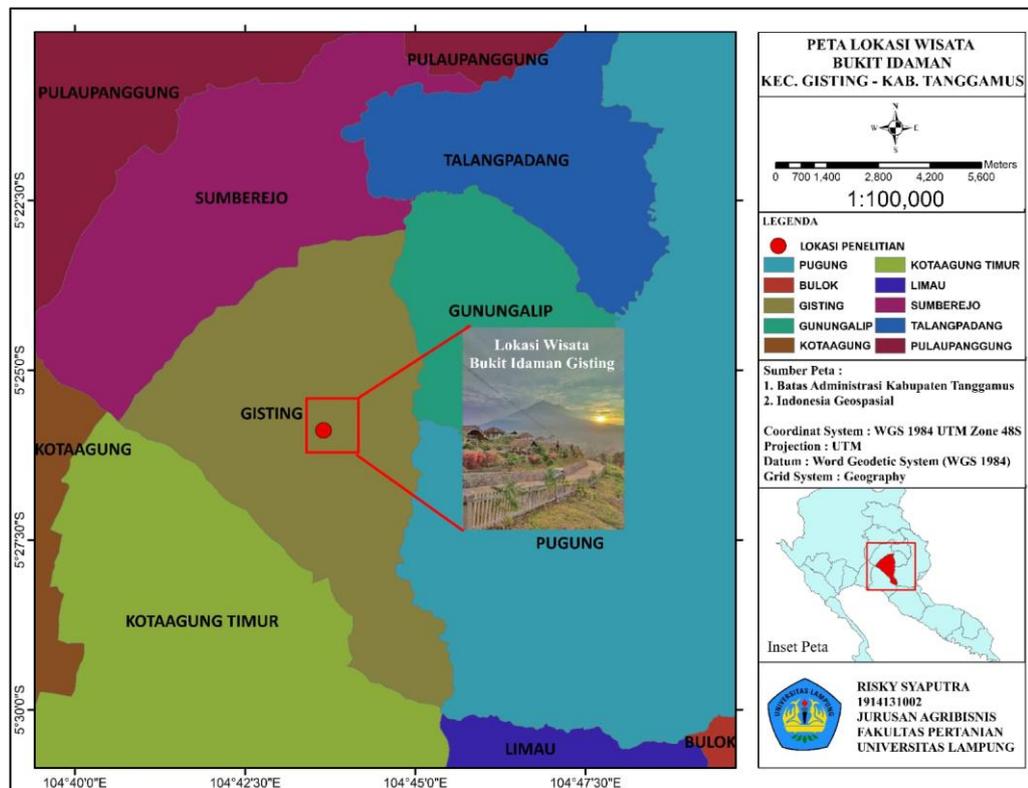
rendah dan dataran tinggi yang sebagian merupakan daerah berbukit sampai bergunung, yaitu sekitar 40% dari seluruh wilayah dengan ketinggian 0 sampai dengan 2.115 meter dari permukaan laut. Salah satu daerah berbukit di Kabupaten Tanggamus yaitu Kecamatan Gisting, Kecamatan Gisting Terbagi menjadi 2 bagian salah satunya yaitu Pekon Gisting Atas. Pekon Gisting Atas dahulu merupakan tanah atau wilayah perkebunan teh dan karet dikuasai oleh bangsa belanda. Kemudian pada tahun 1945 terjadi agresi II, bangunan-bangunan yang ada di bumi hanguskan oleh tentara Republik Indonesia pada waktu itu bernama CTN (Corp Tentara Nasional), akhirnya nama Guesting di simpulkan menjadi Gisting.

Sekitar tahun 1950 Kecamatan Gisting terdiri dari satu kelurahan yaitu kelurahan gisting meliputi wilayah amus dan campang. Desa Gisting di pecah menjadi dua bagian yaitu Gisting Bawah dan Gisting Atas berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Lampung Nomor:G/0229/D.I/17 pada tanggal 23 Oktober 1971. Pekon Gisting Atas sebelum pemekaran yaitu terdiri dari Pekon Gisting Atas dan Pekon Gisting Permai dengan 14 kebayanan. Namun Pada tanggal 14 Desember 2011 telah resmi dimekarkan dengan wilayah mekar 4 kebayanan. Sedangkan pada saat ini Pekon Gisting atas terbagi menjadi 9 kebayanan. Masyarakat Pekon Gisting Atas mayoritas bersuku jawa, walaupun tidak menutup kemungkinan dengan suku lain yang datang kemudian menjadi pribumi tetap di Gisting Atas. Walaupun disini terkenal tanah Lampung namun perbandingan yang sangat besar karena penduduk yang bersuku jawa kurang lebih 90% di bandingkan dengan suku Lampung.

C. Objek Wisata Bukit Idaman

Agrowisata Kopi Idaman Gisting merupakan salah satu wisata baru di Provinsi Lampung yang telah diresmikan sejak tahun 2018, tepatnya berlokasi di Jalan Wira Karya Blok 7, Desa Gisting Atas, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Objek wisata ini lebih dikenal

oleh masyarakat dengan sebutan Bukit Idaman atau disingkat dengan BI. Bukit Idaman memiliki karakteristik berupa pemandangan yang indah dengan berlatarkan Gunung Tanggamus yang membentang tepat di sebelah baratnya. Wilayah Wisata Bukit Idaman memiliki luas kurang lebih sebesar 2,7 Hektar yang dikelilingi oleh lahan pemukiman warga. Status lahan Wisata Bukit Idaman saat ini yaitu berstatus kepemilikan milik pribadi atau perorangan, kawasan Wisata Bukit Idaman Ini milik bapak Kelly Suryana yang beralamatkan di Kecamatan Kotaagung, yang dikelola oleh bapak Eko Rismanto sejak tahun 2017 hingga saat ini. Peta lokasi Wisata Bukit Idaman tergambar pada Gambar 5.



Gambar 5. Peta Lokasi Wisata Bukit Idaman
Sumber: Indonesia Geospasial

Wisata Bukit Idaman memiliki keistimewaan tersendiri dan sangat jarang ada di daerah lain, keindahan gunung tanggamus dan udara yang begitu sejuk menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Bukit Idaman merupakan agrowisata kopi dengan tujuan ingin menjadi salah satu agrowisata di

Tanggamus khususnya di bidang perkopian. Konsep agrowisata ini ingin mengenalkan proses penanaman kopi, perawatan kopi, jenis-jenis kopi hingga pemanenan kopi kepada pengunjung. Namun, untuk sampai berada ditahap pemanenan kopi tentu saja membutuhkan waktu yang cukup lama. Wisata Bukit Idaman memiliki sarana prasarana yang menunjang keberlangsungan kegiatan pada obyek wisata tersebut. Sarana prasarana yang dimiliki oleh Wisata Bukit Idaman ini sendiri masih belum cukup memadai dan kurang kekinian sehingga perlu adanya inovasi dan perbaikan agar wisatawan lebih tertarik dan ingin kembali lagi untuk berwisata ke Bukit Idaman.



Gambar 6. Agrowisata kopi Wisata Bukit Idaman

Setiap objek wisata memiliki sarana prasarana yang menunjang keberlangsungan kegiatan pada obyek wisata tersebut. Terdapat cukup banyak sarana dan prasarana di Wisata Bukit Idaman yang dapat mendukung kelangsungan operasional dan pengembangan wisata untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Sarana prasarana yang tersedia di Wisata Bukit Idaman seperti akses jalan menuju Wisata Bukit Idaman, area parkir, spot foto, gazebo, restoran atau rumah makan, toilet, mushola, tempat duduk, dan karaoke. Akses jalan menuju Wisata Bukit Idaman sudah cukup baik, dimana jalan menuju wisata ini sudah di aspal sehingga kendaraan roda dua maupun

roda empat dapat masuk kedalam lokasi dan pengunjung dapat mencapai lokasi wisata dengan mudah. Akan tetapi masih terdapat jalanan berlubang sehingga ketika musim penghujan jalanan akan menjadi sedikit licin dan tergenang air.

Ketika mengunjungi Wisata Bukit Idaman, pengunjung dapat melihat bahwa wisata ini memiliki lahan parkir yang cukup luas. Lahan parkir ini dijaga oleh warga sekitar agar pengawasan lebih maksimal. Penyediaan tempat parkir yang ada di Wisata Bukit Idaman sudah memadai untuk kendaraan motor dan mobil. Area parkir motor dan mobil dibuat secara terpisah agar memudahkan pengunjung dalam memarkirkan kendaraan mereka. Biaya parkir di Wisata Bukit Idaman tidak dibedakan berdasarkan hari kerja atau hari libur yaitu sebesar Rp5000,00

Untuk memasuki kawasan Wisata Bukit Idaman, pengunjung perlu membeli tiket masuk pada loket karcis yang berada di depan pintu masuk wisata. Pengunjung hanya dikenakan biaya sebesar Rp10.000,00 untuk dapat menikmati pemandangan serta keindahan alam yang ada di Wisata Bukit Idaman. Wisata Bukit Idaman mempunyai tiga bangunan toilet atau wc yang masing-masing terdiri dari 2 ruangan dimana ruangan untuk laki-laki dan perempuan dibuat terpisah, bangunan toilet berada dekat dengan mushola, kantin dan pintu masuk, pengunjung boleh menggunakan toilet atau wc secara gratis.

Terdapat satu bangunan mushola kecil yang dapat digunakan oleh pengunjung yang beragama islam untuk melakukan ibadah, kondisi mushola yang ada di Wisata Bukit Idaman terbilang sudah cukup baik akan tetapi terdapat perlengkapan sholat yang belum memadai seperti mukena, sarung, dan peci. Kondisi mushola yang terdapat pada wisata ini juga terkadang kurang terawat dan sedikit berdebu, sehingga hal ini dapat mengganggu kenyamanan pengunjung yang ingin beribadah di wisata ini. Selain itu terdapat juga Gazebo yang merupakan bangunan kecil yang bisa digunakan oleh pengunjung untuk duduk dan bersantai serta bercengkrama

bersama teman-teman atau keluarga saat menikmati keindahan pemandangan alam. Letak bangunan gazebo sangat strategis, dimana bangunan gazebo tersebar di seluruh sudut wisata dan ada yang dibuat tepat menghadap ke gunung Tanggamus, sehingga pengunjung yang sedang bersantai dan menikmati makanan sambil merasakan kesejukan dan keindahan pemandangan gunung tanggamus yang sangat memukau. Jumlah gazebo yang ada di wisata ini hanya terdapat sekitar 30 unit, jumlah tersebut tergolong masing sedikit terkadang jika sedang ramai, banyak pengunjung yang tidak mendapatkan tempat duduk untuk beristirahat pada wisata ini.

Selain gazebo wisata ini juga menyediakan tempat duduk yang lumayan banyak tersebar di setiap sudut wisata. Selain itu juga menyediakan tempat duduk yang beratap dan dilengkapi dengan meja sehingga pengunjung bisa duduk santai sambil menikmati makanan dan minuman. Jumlah tempat duduk di wisata ini sekitar 35 unit. Apabila pengunjung merasa haus atau lapar, terdapat 11 bangunan warung yang tersedia di Wisata ini.

Warung yang berada di lokasi wisata ini menjual beragam aneka makanan dan minuman mulai dari makanan berat hingga makanan ringan. Pedagang yang berjualan di area lokasi wisata harus membayar sewa tempat kepada pengelola Wisata Bukit Idaman sebagai pendapatan wisata yaitu sebesar Rp300.000,00 setiap bulannya akan tetapi jika dibulan suci ramadhan pedagang tidak membayar uang sewa kepada pengelola wisata dikarenakan pada bulan tersebut terjadi penurunan jumlah pengunjung. Semua penjual di Wisata Bukit Idaman merupakan warga asli sekitar wisata, yang tujuannya agar dapat memberdayakan serta menjadi ladang penghasilan bagi mereka.

Selain menyediakan spot foto wisata ini juga menyediakan fasilitas berupa tempat karaoke yang dikenakan biaya sebesar Rp50.000,00 untuk satu jam atau Rp10.000,00 untuk 3 buah lagu. Semua fasilitas berupa *Mikrofon*, *Salon*, *sound system*, kabel *jeck*, dan lain-lain disediakan oleh pihak Wisata Bukit Idaman, penjaga hanya menunggu pengunjung berdatangan dan sistem upahnya akan dibagi 20 persen dari penghasilan perharinya.

Wisata ini juga menyediakan beberapa spot foto untuk pengunjung agar dapat mengabadikan momen-momen ketika berwisata di Wisata Bukit Idaman ini., hanya saja, spot foto yang disediakan masih kurang banyak dan kurang kekinian, sehingga hasil potret pengunjung jadi kurang bervariasi. Spot-spot foto yang tersedia seperti bingkai instagram, *background* bunga, ayunan unik, *background* kerajaan, *background* taman, perahu, dan masih banyak lagi spot foto yang disediakan di wisata ini



Gambar 7. Fasilitas Spot Foto

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan

1. Hasil skor CSI sebesar 74,61 yang termasuk dalam kategori puas, yang artinya pengunjung puas atas setiap atribut yang disediakan ketika berkunjung ke Wisata Bukit Idaman. Atribut prioritas utama yaitu parkir, jaringan komunikasi, jalan, dan pelayanan sehingga penting untuk ditingkatkan. Atribut yang perlu pertahankan yaitu pemandangan, agrowisata kopi, tempat duduk, petunjuk arah, dan keamanan.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan Wisata Bukit Idaman adalah Biaya Perjalanan, Pendapatan, Jarak, Sarana dan Prasarana.
3. Nilai ekonomi Wisata Bukit Idaman menggunakan metode *Travel Cost Method* sebesar Rp14.421.969.804 pertahun.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memiliki saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak pengelola wisata Bukit Idaman, perlu melakukan peningkatan sarana dan prasarana penunjang wisata, serta perbaikan sistem publikasi atau pemasarannya di sosial media seperti *instagram*, *facebook*, dan *twitter* sehingga dapat menambah jumlah pengunjung yang datang. Pihak pengelola perlu memperhatikan atribut prioritas utama yaitu lahan parkir dan pelayanan. Oleh karena itu, perlu adanya perhatian khusus agar dapat memuaskan dan merealisasikan kepuasan pengunjung terhadap Wisata Bukit Idaman.

2. Bagi pemerintah dan pengelola hendaknya memperbaiki aksesibilitas jalan, memperbaiki jaringan komunikasi, serta menambah petunjuk jalan yang lebih jelas menuju lokasi wisata agar bisa mempermudah pengunjung dalam perjalanan menuju wisata.
3. Bagi peneliti lain diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai preferensi dan dampak ekonomi kawasan Wisata Bukit Idaman terhadap pendapatan masyarakat di sekitar kawasan Wisata Bukit Idaman serta penelitian terkait strategi pengembangan Wisata Bukit Idaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifa, E., Abidin, A., dan Marlina, L. 2019. Valuasi ekonomi kawasan wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, Vol 7 (4): 568–574. [Http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i4.3874](http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i4.3874). Diakses pada tanggal 7 Oktober 2022.
- Al-Khoiriah, R., Prasmatiwi, F, E., dan 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://dx.doi.org/10.23960/jiia.v5i4.1750>. Diakses pada tanggal 7 Oktober 2022
- Arifa, E., Abidin, Z., dan Marlina, L. 2019. Valuasi ekonomi kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, Vol 7 (4): 568-574. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i4.3874>. Diakses pada tanggal 8 Oktober 2022.
- Aulele, S. N. 2012. Pemodelan jumlah kematian bayi di Provinsi Maluku tahun 2010 dengan menggunakan Regresi Poisson. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 6(2), 23–27. <https://doi.org/10.30598/barekengvol6iss2pp23-27>. Diakses pada tanggal 8 Oktober 2022
- Cooper, dkk. 1995. *Tourism, Principles, and Practive*. Third Edition. Harlow: Prentice Hall.
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. 2014. *Perkembangan Pariwisata Lampung Tahun 2014*. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Djijono. 2002. Valuasi ekonomi menggunakan metode *travel cost* taman wisata hutan di Taman Hutan Wan Abdul Rahman, Provinsi Lampung. *Jurnal*. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://www.rudyc.com/PPS702-ipb/05123/dijiono.pdf>. Diakses pada tanggal 8 Oktober 2022.

- Effendi, A., Bakri, S., dan Rusita. 2015. Nilai ekonomi jasa Wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung dengan pendekatan metode biaya perjalanan. *Jurnal Sylva Lestari*, Vol 3 (3): 71-84<http://dx.doi.org/10.23960/jsl3371-84>. Diakses pada tanggal 8 Oktober 2022.
- Ekwarso, H. Aqualdo. Sutrisno. 2010. Nilai ekonomi lingkungan dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu (pendekatan biaya perjalanan). *Jurnal Ekonomi*, Vol 18 (03): 8804. <https://je.ejournal.unri.ac.id>. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2022.
- Ermayanti, F. 2012. *Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park dengan Metode Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi*. (Skripsi). Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Fauzi, A. 2003. *Studi valuasi Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan di Kawasan Lindung (Konservasi)*. PT. Bernala Nirwana. Jakarta.
- Fauzi, A. 2014. *Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fauzi, A. 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fauzi, A. 2006. *Ekonomi Sumber daya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fitriana, V., Abidin, Z., dan Endaryanto, T. 2017. Estimasi permintaan dan nilai ekonomi. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, Vol 5 (3): 267-274. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v5i3.1639>. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2022.
- Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*.
- Tampubolon, S, L., Simanjuntak, D,W,S., Simanjuntak, M., Analisis kepuasan wisatawan terhadap atribut wisata menggunakan metode CSI dan IPA pada Wisata Pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara, Vol 19 (2): 141-151. https://ojs.sttind.ac.id/sttind_ojs/index.php/Sain/article/view/216. Diakses pada tanggal 6 Juni 2023
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hurlock, E. B. 2002. *Psikologi Perkembangan 5th edition*. Erlangga. Jakarta.
- Igunawati, D. 2010. *Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban Kabupaten Tegal*. (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang.

- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium Jilid 1 Terjemahan*.
- Mahardika, D, A., Arifin, B., dan Nugraha, A. 2019. Nilai ekonomi objek wisata berbasis jasa edukasi pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, Vol 7 (4): 474-482. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i4.3862>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2022
- Panjaitan, T., Saputra, W, S., dan Rudiyaniti, S. 2017. Valuasi ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunung kidul Yogyakarta dengan pendekatan *travel cost*. *Journal Of Maquares*, Vol 8 (3): 203-210. <https://doi.org/10.14710/marj.v8i3.24257>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2022.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Pradana, G. Y. K. 2019. *Sosiologi Pariwisata*. STPBI Press, Vol 1(1)
- Pramudhito, A. 2010. Aplikasi Biaya Perjalanan (Travel Cost) pada Wisata Alam Studi Kasus: Air Terjun Jumog Kabupaten Karanganyar. (Skripsi). Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Pratama, I, P., Helma. 2019. Analisis kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Wisata Pantai Tan Sirdano Kabupaten Pesisir Selatan menggunakan Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis, Vol 2 (4): 12-17. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id>. Diakses pada tanggal 6 Juni 2023.
- Purnamsari, I. 2019. Analisis Swot Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. (Skripsi). Universitas Lampung. Lampung.
- Purnomo, L. I., Husnul, N. R. I., Prasetya, E. R., & Sadewa, P. 2019. *Matematika Ekonomi*. Unpam Press. Tangerang Selatan
- Setiawan, B., Kusriani, & D, E. 2010. *Ekonometrika*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Shafika, N., Arifin, B., dan Endaryanto, T. 2020. Analisis dampak ekonomi kegiatan wisata Youth Camp di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman (Tahura War). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, Vol 8 (4): 657-664. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v8i4.4711>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2022.

- Sukwika, T., dan Kasih, H. 2020. Valuasi ekonomi taman wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol 8 (2): 285-290. <https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2020.v08.i02.p17>.
- Singarimbun, M. 2011. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2010). *The Economics of Tourism*. Routledge. Abingdon.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Subardin, M, K., dan Yusuf, K. 2011. Valuasi ekonomi menggunakan metode *travel cost* pada Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembanguna*, Vol 9 (2): 81-89. [10.29259/jep.v9i2.5003](https://doi.org/10.29259/jep.v9i2.5003). Diakses pada tanggal 16 Oktober 2022.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Susilowati, M I. 2009. *Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Mathieson, A dan Wall, G. 1982. Tourism: Economic, Physical and Social Impact*. Long Man Group. New York.
- Zulpikar, F., Prasetyo, D, E., Shelvatis, T, V., Komara, K, K., dan Pramudawardhani, M. 2017. Valuasi ekonomi objek wisata berbasis jasa lingkungan menggunakan metode biaya perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Perdesaan*, Vol 1 (1): 53-63. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2017.1.1.53-63>. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2022.