

**VALUASI EKONOMI DENGAN PENDEKATAN TRAVEL COST
METHOD (TCM) DI OBJEK WISATA KAMPOENG VIETNAM
KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Kadek Gita Savitri Dwi Yadnya
1914131073



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION USING THE TRAVEL COST METHOD (TCM) APPROACH IN CAMPOENG VIETNAM TOURIST OBJECT, KEMILING DISTRICT, BANDAR LAMPUNG CITY

Oleh

Kadek Gita Savitri Dwi Yadnya

This study aims to analyze the factors that influence the frequency of visits, consumer surplus at the Kampoeng Vietnam tourist attraction, the economic value at the Kampoeng Vietnam tourist attraction based on travel cost analysis. The research location was chosen purposively (intentionally) in the Kampoeng Vietnam tourist attraction, Kemiling District, Bandar Lampung City. The respondents of this study were 76 respondents who were visitors to the Kampoeng Vietnam tourist attraction. Research data collection was carried out in February-March 2023. The research method used a survey method with multiple linear regression analysis and travel costs. The results of the study show that the factors that influence the frequency of visits to Kampoeng Vietnam attractions are travel costs, distance, income, and facilities. The consumer surplus was IDR 116,262.88. per individual per visit. The total economic value calculation using the TCM method for the Kampoeng Vietnam tourist attraction is IDR 9,550,181.704. per year.

Keywords: economic valuation, frequency of visit, travel cost.

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI DENGAN PENDEKATAN TRAVEL COST METHOD (TCM) DI OBJEK WISATA KAMPOENG VIETNAM KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Kadek Gita Savitri Dwi Yadnya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan, surplus konsumen di objek wisata Kampoeng Vietnam, besar nilai ekonomi di objek wisata Kampoeng Vietnam berdasarkan analisis biaya perjalanan (*travel cost*). Lokasi penelitian ini dipilih secara *purposive* (sengaja) di objek wisata Kampoeng Vietnam, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Responden penelitian ini sebanyak 76 responden yang merupakan pengunjung objek wisata Kampoeng Vietnam. Pengumpulan data penelitian dilakukan pada bulan Februari-Maret 2023. Metode penelitian menggunakan metode survei dengan analisis regresi linear berganda dan *travel cost*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan di objek wisata Kampoeng Vietnam adalah biaya perjalanan, jarak, pendapatan, dan fasilitas. Surplus konsumen sebesar Rp116.262,88. per individu per kunjungan. Total perhitungan nilai ekonomi dengan menggunakan metode TCM pada objek wisata Kampoeng Vietnam sebesar Rp9.550.181,704. per tahun.

Kata kunci: frekuensi kunjungan, *travel cost*, valuasi ekonomi.

**VALUASI EKONOMI DENGAN PENDEKATAN TRAVEL COST
METHOD (TCM) DI OBJEK WISATA KAMPOENG VIETNAM
KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Kadek Gita Savitri Dwi Yadnya

Skripsi

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

pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **VALUASI EKONOMI DENGAN PENDEKATAN
TRAVEL COST METHOD (TCM) DI
OBJEK WISATA KAMPOENG VIETNAM
KECAMATAN KEMILING KOTA
BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Kadek Gita Savitri Dwi Yadhya**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1914131073

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.
NIP 19621120 198803 2 002

Prof. Dr. Erlina Rufaidah, S.E., M.Si.
NIP 19580828 198601 2 001

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

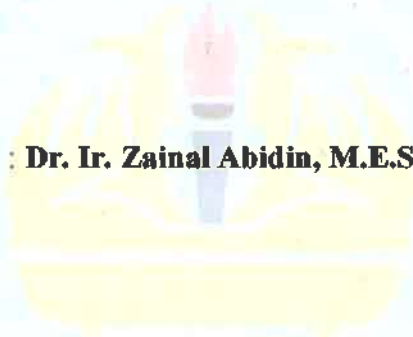
Ketua : **Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.**



Sekretaris : **Prof. Dr. Erlina Rufaidah, S.E., M.Si.**



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



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 September 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kadek Gita Savitri Dwi Yadnya
NPM : 1914131073
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jalan Bougenville, Labuhan Dalam, Kecamatan Tanjung Senang, Kota
Bandar Lampung

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

Bandar Lampung, 21 September 2023
Penulis,



Kadek Gita Savitri Dwi Yadnya
NPM 1914131073

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali pada tanggal 25 Februari 2002. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Ketut Marhaita Yadnya dan Ibu Ketut Wistri. Penulis mengawali pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 03 Labuhan Dalam Kecamatan Tanjung Senang pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 20 Bandar Lampung dan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 13 Bandar Lampung. Pada tahun 2019, penulis diterima di Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di lembaga kemahasiswaan seperti anggota Himpunan Mahasiswa Agribisnis (Himaseperta) periode 2021/2022, pengurus Unit Kegiatan Mahasiswa Hindu Universitas Lampung. Selama mengikuti perkuliahan, penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata pada bulan Januari-Februari tahun 2022 selama 40 hari di Desa Susunan Baru, Kota Bandar Lampung. Penulis melaksanakan Praktik Umum pada bulan Juli-Agustus tahun 2022 selama 30 hari di Rumah Semai Hely Seedling, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah.

SANWACANA

Astungkara, segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena atas berkat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Valuasi Ekonomi Dengan Pendekatan Travel Cost Method (TCM) di Objek Wisata Kampoeng Vietnam Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung”. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi banyak mengalami hambatan, namun berkat doa, bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung, yang membeli pelajaran administrasi akademik.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
5. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A, selaku Pembimbing Pertama, dan selaku Pembimbing Akademik atas semua bimbingan, saran, nasihat, dukungan, solusi dan perhatian kepada penulis selama penyelesaian skripsi dan perkuliahan.
6. Prof. Dr. Erlina Rufaidah, M.S., selaku Pembimbing Kedua atas semua bimbingan, saran, dan nasihat kepada penulis selama penyelesaian skripsi.
7. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S., selaku Dosen Pembahas/Penguji skripsi penulis atas masukan, arahan, dan nasihat yang diberikan.

8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Ibu dan Bapak atas kesabaran, doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
10. Kakak Putu Adi, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
11. Bapak Gita (pemilik) dan Bapak Tio (Pengelola) di objek wisata Kampoeng Vietnam atas segala bantuan yang diberikan selama proses penelitian di lapangan.
12. Putu Yogi Santi dan Liana Audry yang telah memberikan perhatian, bantuan dan saran, serta menjadi teman seperjuangan dalam suka dan duka selama masa perkuliahan.
13. Seluruh karyawan Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung atas bantuan dan kemudahan selama ini.
14. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

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

Bandar Lampung, 21 September 2023
Penulis

Kadek Gita Savitri Dwi Yadnya

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
I. PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B. Identifikasi Permasalahan.....	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
A. Valuasi Ekonomi.....	10
B. Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)	13
C. Pendekatan dan Penilaian Kawasan	15
D. Fungsi Permintaan.....	16
E. Surplus Konsumen	22
F. Pariwisata dan Tempat Wisata.....	23
G. Penelitian Terdahulu	26
H. Kerangka Pemikiran	31
I. Hipotesis.....	33
III. METODE PENELITIAN	34
A. Metode Penelitian.....	34
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	34

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian	36
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	38
E. Metode Analisis Data	38
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	47
A. Keadaan Umum Kota Bandar Lampung	47
B. Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	48
C. Sejarah Objek Wisata Kampoeng Vietnam	50
D. Fasilitas-Fasilitas di Objek Wisata Kampoeng Vietnam.....	51
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Karakteristik Pengunjung	57
B. Biaya Perjalanan Pengunjung ke Objek Wisata Kampoeng Vietnam	68
C. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Kunjungan Objek Wisata Kampoeng Vietnam	70
D. Surplus Konsumen	79
E. Nilai Ekonomi Objek Wisata Kampoeng Vietnam Berdasarkan Biaya Perjalanan	80
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Uji validitas	44
2. Uji reliabilitas	45
3. Perhitungan nilai ekonomi objek wisata Kampong Vietnam	46
4. Distribusi pengunjung berdasarkan jenis kelamin.	57
5. Distribusi pengunjung berdasarkan umur.....	59
6. Distribusi pengunjung berdasarkan jarak.	60
7. Distribusi pengunjung berdasarkan pekerjaan.....	61
8. Distribusi pengunjung berdasarkan pendidikan.....	61
9. Distribusi pengunjung berdasarkan daerah asal	63
10. Distribusi pengunjung berdasarkan pendapatan	63
11. Distribusi pengunjung berdasarkan sumber informasi.....	64
12. Distribusi pengunjung berdasarkan jumlah anggota rombongan	65
13. Distribusi pengunjung berdasarkan frekuensi kunjungan	66
14. Persepsi pengunjung terhadap fasilitas umum.....	67
15. Biaya perjalanan objek wisata Kampong Vietnam	68
16. Hasil uji multikolinearitas	71
17. Hasil uji heteroskedastisitas	72
18. Hasil uji data dengan metode kovarians <i>Huber-White</i>	72
19. Hasil estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke objek wisata Kampong Vietnam.	73
20. Nilai ekonomi objek wisata Kampong Vietnam	80
21. Identitas responden objek wisata Kampong Vietnam	90
22. Biaya perjalanan total objek wisata Kampong Vietnam	93

23. Rincian dummy fasilitas umum objek wisata Kampoeng Vietnam.....	97
24. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan di objek wisata Kampoeng Vietnam	100
25. Perhitungan surplus konsumen objek wisata Kampoeng Vietnam.....	104
26. Jumlah Kunjungan ke objek wisata Kampoeng Vietnam 2022.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah pengunjung objek wisata Kampoeng Vietnam tahun 2022.....	3
2. Kurva permintaan.....	17
3. Penurunan kurva permintaan	20
4. Surplus konsumen.....	23
5. Kerangka pemikiran valuasi ekonomi dengan pendekatan travel cost method (TCM) di objek wisata Kampoeng Vietnam, Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung, 2023	33
6. Peta lokasi penelitian objek wisata Kampoeng Vietnam	49
7. Restoran di objek wisata Kampoeng Vietnam	51
8. Pusat informasi di objek wisata Kampoeng Vietnam	52
9. Tempat karaoke di objek wisata Kampoeng Vietnam	53
10. Mushola di objek wisata Kampoeng Vietnam.....	53
11. Lahan parkir di objek wisata Kampoeng Vietnam	54
12. Toilet di objek wisata Kampoeng Vietnam.....	55
13. Spot foto objek wisata Kampoeng Vietnam.....	56
14. Foto bersama pengelola objek wisata Kampoeng Vietnam	107
15. Foto wawancara bersama pengunjung	107
16. Foto wawancara bersama pengunjung	107
17. Foto wawancara bersama pengunjung	108
18. Foto wawancara bersama pengunjung	108
19. Foto wawancara bersama pengunjung	108
20. Pintu masuk objek wisata Kampoeng Vietnam.....	109
21. Tempat duduk pengunjung	109
22. Pemandangan alam di objek wisata Kampoeng Vietnam	110

23. Posisi kotak sampah.....	110
24. Kondisi kebersihan di objek wisata Kampoeng Vietnam	111
25. Beberapa jenis makanan yang dijual.....	111
26. Kondisi jalan menuju objek wisata Kampoeng Vietnam.....	112

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber daya merupakan sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan dan memenuhi kebutuhan hidup manusia. Melimpahnya sumber daya yang tersedia belum banyak dimanfaatkan secara menyeluruh oleh berbagai pihak. Hal tersebut menuntut adanya pemanfaatan yang berkelanjutan. Manusia memanfaatkan lingkungan sekitarnya untuk mempertahankan dan meningkatkan fungsi lingkungan jangka panjang. Sumber daya dapat dimanfaatkan dan akan memiliki peran yang dapat mendukung perekonomian. Lingkungan memiliki peran dalam mendukung kegiatan ekonomi sebagai penyedia bahan baku, penerima limbah, dan penyedia fasilitas.

Pemanfaatan lingkungan menjadi sektor pariwisata dinilai sangat penting. Sektor pariwisata dapat menghasilkan devisa, memunculkan lapangan pekerjaan, dan menghidupkan peluang ekonomi daerah tujuan wisata. Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar wisatawan mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Salah satu wilayah yang terus mengembangkan potensi wisatanya adalah Kota Bandar Lampung.

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung. Oleh karena itu, selain merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan, dan kebudayaan, kota ini juga merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antar

pulau Sumatera dan pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, industri, dan pariwisata. Kota Bandar Lampung memiliki beberapa kawasan yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi daerah objek tujuan wisata karena didukung topografi tinggi berbukit dan dataran rendah dekat dengan pantai yang diarahkan sebagai kawasan pendukung pariwisata.

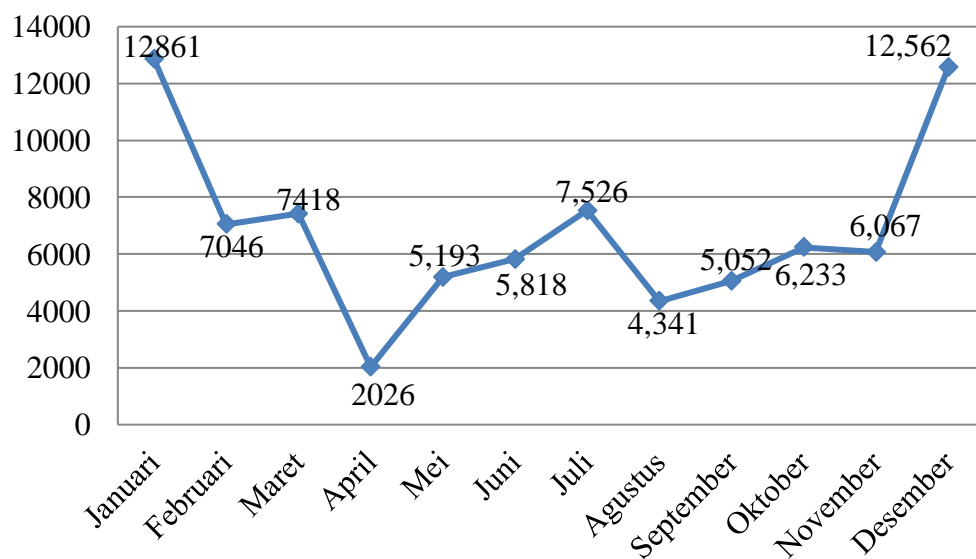
Tempat wisata di Kota Bandar Lampung terus bertambah seiring berjalannya waktu, menurut Badan Pusat Statistika (2020) terdapat 63 tempat wisata diantaranya Lengkung Langit, Bukit Sakura, Bukit Mas, Lembah Durian, termasuk Kampoeng Vietnam. Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung mengatakan bahwa jumlah pengunjung di Kota Bandar Lampung sempat menurun dari 1.086.711 pada 2019 menjadi 821.259 pada 2020. Namun kembali meningkat pada 2021 yakni mencapai 854.084 dan diprediksi akan terus meningkat pada tahun 2022.

Objek wisata Kampoeng Vietnam adalah salah satu objek wisata yang tidak pernah sepi pengunjung karena terus melakukan inovasi agar mampu bersaing dengan objek wisata lain yang serupa. Promosi diperlukan dalam memperkenalkan objek wisata ke masyarakat, sosial media saat ini menjadi salah satu media promosi yang paling efektif. Banyak objek wisata yang belum memaksimalkan penggunaan sosial media dalam melakukan promosi. Objek wisata Kampoeng Vietnam memiliki akun sosial media yang aktif dan sering memberikan informasi terbaru, hal ini menjadi keunggulan yang menarik minat masyarakat untuk berkunjung, sehingga objek wisata Kampoeng Vietnam tidak pernah sepi pengunjung.

Tempat wisata ini bukanlah sebuah desa atau perkampungan melainkan wisata alam yang terletak di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Penamaan objek wisata Kampoeng Vietnam memang didasarkan pada fakta bahwa dulu banyak orang Vietnam yang bertempat tinggal di kawasan

tersebut. Oleh karena itu, sejak tahun 1972 nama ‘Kampoeng Vietnam’ kerap digunakan untuk merujuk lokasi tersebut.

Objek wisata Kampoeng Vietnam ini dibuka sejak bulan Desember 2020 dan didirikan oleh Bapak Gita Jaya, terletak tidak jauh dari pusat kota. Tempat wisata ini berdiri pada saat pandemi COVID-19 masih berlangsung, yang mana banyak kegiatan yang dibatasi untuk mengurangi penyebaran virus, sehingga dapat mempengaruhi jumlah pengunjung. Banyak tempat wisata yang mengalami kerugian akibat pandemi, bahkan tidak sedikit pula tempat wisata yang tutup dan tidak beroperasi lagi. Hal ini, menyebabkan objek wisata Kampoeng Vietnam menjadi menarik untuk diteliti karena dibuka pada saat pandemi dan masih bisa menarik pengunjung untuk datang ke tempat wisata tersebut. Bahkan, tempat wisata ini masih terus berprogres dengan menambah spot foto dan fasilitas lainnya. Pengunjung di objek wisata Kampoeng Vietnam ini tidak pernah sepi, bahkan dihari kerja. Jumlah pengunjung Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Jumlah pengunjung objek wisata Kampoeng Vietnam tahun 2022

Gambar 1. Menunjukkan bahwa jumlah pengunjung objek wisata Kampoeng Vietnam mengalami fluktuasi dari bulan Januari sampai November 2022.

Pada bulan Februari jumlah pengunjung menurun sebanyak 5.815 orang. Pada

bulan Maret pengunjung kembali naik sebanyak 372 orang dan turun lagi sebanyak 5.392 orang. Pada bulan Mei sampai Juli, pengunjung terus mengalami peningkatan dan turun lagi saat bulan Agustus sebanyak 3.365 orang. kemudian di bulan September sampai bulan Desember pengunjung terus meningkat. Jumlah pengunjung paling sedikit berada di bulan April yaitu sebanyak 2026, sedangkan jumlah pengunjung paling banyak adalah 12.861 orang di bulan Januari. Sehingga jumlah pengunjung pada tahun 2022 adalah 82.143 orang. Pengunjung yang datang ke objek wisata Kampoeng Vietnam berasal dari banyak daerah diantaranya yaitu Palembang, Tangerang, Cirebon, Bekasi, dan Lampung. Pada hari libur jumlah pengunjung objek wisata Kampoeng Vietnam akan meningkat, karena pengunjung memiliki banyak waktu luang untuk berwisata dan menghilangkan penat. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya fluktuasi jumlah pengunjung di objek wisata Kampoeng Vietnam.

Objek wisata Kampoeng Vietnam adalah produk pariwisata yang dapat ditawarkan kepada pasar agar orang tertarik perhatiannya, ingin memiliki, memanfaatkan dan mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan dan mendapat kepuasan. Produk dalam aspek pariwisata ini termasuk objek fisik, pelayanan, tempat, organisasi dan ide untuk mengembangkan produk pariwisata pada umumnya. Aspek 4A diperlukan dalam pengembangan pariwisata. Aspek-aspek tersebut terdiri dari *attraction*, *amenities*, *ancillary* dan *accessibility*. Aspek 4A ini sangatlah penting bagi objek wisata Kampoeng Vietnam yang memiliki fungsi lingkungan sebagai penyedia fasilitas untuk meningkatkan frekuensi kunjungan dan memengaruhi permintaan.

Daya tarik atau *attraction* dari objek wisata Kampoeng Vietnam yaitu pemandangan alam yang indah dan menarik. Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan objek wisata yang berperan sebagai penyedia fasilitas. Lingkungan juga mempunyai sejumlah fasilitas yang merupakan sumber dari nilai estetika, termasuk di dalamnya pemandangan yang indah, udara yang sejuk, dan tempat yang bersih. Pengunjung yang ingin masuk ke objek wisata Kampoeng Vietnam harus membayar sebesar Rp10.000/orang untuk membeli

tiket masuk. Objek wisata Kampoeng Vietnam juga menyediakan spot foto yang dapat menunjang keindahan, kantin, mushola, toilet, dan *live music* yang merupakan fasilitas atau *amenities* di objek wisata Kampoeng Vietnam. Adanya lembaga pariwisata (*ancillary*) yang mengelola semua fasilitas dan juga mengembangkan objek wisata dan akses (*accessibility*) menuju ke objek wisata kampoeng Vietnam mudah ditempuh karena letaknya yang tidak jauh dari pusat kota.

Setiap kegiatan atau usaha yang memanfaatkan sumber daya alam guna peningkatan pembangunan akan selalu timbul biaya dan manfaat sebagai akibat dari kegiatan atau usaha tersebut. Dasar untuk menyatakan bahwa suatu kegiatan atau usaha itu layak atau tidak untuk dikerjakan diperlukan suatu perbandingan yang menghasilkan suatu nilai atau harga. Pemberian nilai ini digunakan untuk mengukur kelayakan dari usaha tersebut. Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan kawasan wisata yang memiliki peran lingkungan sebagai penyedia fasilitas yang dapat dinilai penggunaannya secara tidak langsung dan nilainya tidak dapat diperjualbelikan. Peran lingkungan sebagai penyedia fasilitas seperti sumber dari nilai estetika, termasuk di dalamnya pemandangan yang indah dan udara sejuk. Nilai ekonomi suatu kawasan merupakan agregat nilai-nilai ekonomi, baik nilai langsung maupun nilai tidak langsung, pada kawasan dimaksud, di luar nilai pasar tanah atau properti yang ada dalam kawasan yang dinilai. Maka dari itu, diperlukan valuasi ekonomi yang merupakan alat ukur untuk menilai nilai uang dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya dan lingkungan.

Tempat wisata membuat konsumen dapat menikmati sumber daya alam dengan membayar sejumlah nilai tertentu. Keberadaan objek wisata Kampoeng Vietnam membawa manfaat ekonomi bagi masyarakat disekitarnya karena dapat menarik banyak pengunjung untuk datang ke daerah tersebut. Tanpa pemberian nilai dalam rupiah akan sulit untuk menyatakan bahwa kegiatan atau usaha itu layak adanya untuk dikerjakan. Inilah alasan pentingnya menilai lingkungan. Objek wisata tidak memiliki

nilai pasar yang pasti. Metode valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan, termasuk kawasan wisata, dirumuskan dalam suatu metode valuasi ekonomi yaitu *Travel Cost Method*. Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi.

Berdasarkan uraian permasalahan, diperlukan suatu penilaian valuasi ekonomi dari objek wisata Kampoeng Vietnam, agar dapat diketahui manfaat ekonomi yang diperoleh dari objek wisata Kampoeng Vietnam. Selain itu, perlu dianalisis biaya perjalanan yang merupakan harga yang harus dibayarkan oleh para wisatawan untuk berkunjung ke kawasan Kampoeng Vietnam, faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan objek wisata Kampoeng Vietnam, dan valuasi ekonomi objek wisata Kampoeng Vietnam berdasarkan analisis biaya perjalanan (*travel cost*).

B. Identifikasi Permasalahan

Identifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Fasilitas jalan yang kurang memadai dan tidak adanya sarana untuk transportasi umum. Jalan merupakan fasilitas pendukung pariwisata dan dapat mempengaruhi minat pengunjung dalam berwisata. Fasilitas jalan yang akan memudahkan pengunjung dalam melakukan perjalanan, akan tetapi jalan menuju objek wisata Kampoeng Vietnam kurang baik. Beberapa pengunjung mengalami kesulitan menemukan lokasi wisata karena tidak adanya penunjuk arah jalan. objek wisata Kampoeng Vietnam terletak di daerah perbukitan, sehingga untuk menuju ke lokasi harus melalui jalan yang menanjak. Jalan menuju objek wisata Kampoeng Vietnam belum bisa dikatakan baik karena jalan diaspal yang masih bagus hanya sampai daerah sekitar SMAN 7 Bandar Lampung dan masih memerlukan 2,5 Km lagi untuk sampai ke objek wisata Kampoeng Vietnam. Kondisi jalan memiliki banyak lubang besar karena sering

dilewati oleh mobil besar. Apabila terjadi hujan deras maka jalan akan tergenangi oleh air hujan dan becek. Sekitar 1 Km jalan dari lokasi masih berupa jalan tanah yang diberi batu, terkadang jalanan akan licin bila turun hujan. Selain itu, tidak adanya transportasi umum yang menuju ke Kampoeng Vietnam membatasi pengunjung yang tidak mempunyai kendaraan pribadi. Banyak pengunjung yang sudah mengeluh mengenai fasilitas jalan menuju objek wisata Kampoeng Vietnam. Hal ini dapat memengaruhi frekuensi kunjungan ke objek wisata Kampoeng Vietnam.

- 2) Pencemaran lingkungan oleh pengunjung menyebabkan masalah kebersihan di objek wisata Kampoeng Vietnam. Kebersihan dapat memengaruhi minat berwisata pengunjung karena kebersihan berperan dalam menjaga kenyamanan pengunjung. Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan salah satu wisata alam yang tidak pernah sepi pengunjung. Pengunjung yang datang biasanya tidak pernah sendiri. Tempat wisata ini menyediakan spot foto yang menarik dan kursi untuk bersantai di tepi bukit. Pemandangan alam yang indah membuat banyak pengunjung memilih untuk duduk sambil menikmati minuman di kursi yang terletak di tepi bukit. Akan tetapi, tempat pembuangan sampah yang terletak jauh dari tepi bukit membuat pengunjung enggan membuang bekas minuman atau sampah lainnya sendiri, mereka biasanya meninggalkan bekas minuman di meja atau di kursi tempat mereka duduk. Hal ini menyebabkan sampah berserakan dan mengganggu kenyamanan dari pengunjung yang lain.
- 3) Pentingnya menilai nilai ekonomi di objek wisata Kampoeng Vietnam Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.
Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan tempat wisata alam yang terletak di atas bukit, memiliki pemandangan alam yang indah dan disediakan berbagai spot foto yang dapat menarik para pengunjung untuk datang. Sumber daya alam ini berperan sebagai penyedia fasilitas yang dijadikan tempat wisata dan menghasilkan jasa-jasa lingkungan yang

memberikan manfaat dalam bentuk lain, misalnya manfaat amenity seperti keindahan, ketenangan, dan sebagainya. Pengunjung yang datang ke objek wisata Kampoeng Vietnam belum mengetahui seberapa besar manfaat yang didapat saat mengunjungi objek wisata Kampoeng Vietnam. Objek wisata Kampoeng Vietnam ini memanfaatkan pemandangan alam sebagai daya tarik, akan tetapi untuk memberikan kepuasan pengunjung diperlukan pembangunan seperti spot foto dan juga jalan jalan menuju spot foto yang terletak di tepi bukit, hal ini pastinya akan memberikan dampak negatif karena dapat mengurangi sumber daya alam yang berada di objek wisata Kampoeng Vietnam karena pembangunan tersebut. Oleh karena itu, valuasi diperlukan dalam menunjukkan keterkaitan antara konservasi sumber daya alam dan pembangunan ekonomi. Valuasi merupakan upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan. Penilaian terhadap objek wisata sangat penting untuk mengestimasi nilai sumber daya alam dan lingkungan dalam satuan moneter. Pengukuran terhadap keuntungan dan kerugian bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana pentingnya nilai sumber daya alam dan lingkungan yang selanjutnya akan menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan dan pengelolaan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, perlu diketahui nilai ekonomi dari objek wisata Kampoeng Vietnam.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan?
2. Bagaimana surplus konsumen di objek wisata Kampoeng Vietnam
3. Berapa besar nilai ekonomi di objek wisata Kampoeng Vietnam?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisata di objek wisata Kampoeng Vietnam Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.
2. Mengetahui surplus konsumen di objek wisata Kampoeng Vietnam Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.
3. Mengetahui nilai ekonomi di objek wisata Kampoeng Vietnam Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bahan pertimbangan bagi pihak pengelola objek wisata Kampoeng Vietnam dalam pengambilan keputusan untuk melayani pengunjung, sehingga daya tarik dan pelayanan objek wisata Kampoeng Vietnam terus meningkat.
2. Bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk mengelola dan melestarikan sumber daya alam yang ada di objek wisata Kampoeng Vietnam, serta sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan.
3. Referensi dan literatur bagi penelitian lain, serta dapat dikembangkan lebih lanjut terkait valuasi ekonomi dengan metode lain.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi dapat didefinisikan sebagai suatu upaya yang digunakan untuk memberi nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh SDA maupun lingkungan baik memberi nilai pasar (*market value*) atau memberi nilai non pasar (*non market value*) (Hasibuan, 2014) . Tujuan dari valuasi yaitu untuk menentukan besarnya *Total Economic Value* (TEV) dari pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan yang ada, dimana TEV adalah total dari nilai guna (*use value*).

Total Economic Value (TEV) dapat ditulis dengan persamaan matematis sebagai berikut (Fahrudin, 2008):

$$\begin{aligned} \text{TEV} &= \text{UV} + \text{NUV} \\ &= (\text{DUV} + \text{IUV} + \text{OV}) + (\text{EV} + \text{BV}) \dots\dots\dots (1) \end{aligned}$$

Keterangan :

- TEV = *Total Economic Value* (Total Nilai Ekonomi)
- UV = *Use Value* (Nilai Penggunaan)
- NUV = *Non Use Value* (Nilai Bukan Penggunaan/Intristik)
- DUV = *Direct Use Value* (Nilai Penggunaan Langsung)
- IUV = *Indirect Use Value* (Nilai Penggunaan Tidak Langsung)
- OV = *Option Value* (Nilai Pilihan)
- EV = *Existence Value* (Nilai Keberadaan)
- BV = *Bequest Value* (Nilai Warisan)

Use value (nilai penggunaan) adalah suatu cara penilaian atau upaya kuantifikasi barang dan jasa sumber daya alam dan lingkungan ke nilai uang (moneter), terlepas ada atau tidaknya nilai pasar terhadap barang dan jasa tersebut yang dapat dibagi menjadi (Fahrudin dan Sadelie, 2022):

1. *Direct use value* yaitu output (barang dan jasa) yang terkandung dalam suatu sumber daya yang secara langsung dapat dimanfaatkan.
2. *Indirect use value* yaitu barang dan jasa yang ada karena keberadaan suatu sumber daya yang tidak secara langsung dapat diambil dari sumber daya alam tersebut.
3. *Option Value* yang mengukur WTP atas penggunaan alternatif pilihan saat memanfaatkan sumber daya alam, manfaat yang “disimpan atau dipertahankan” untuk kepentingan yang akan datang, dalam satu generasi manusia.

Non use value (nilai bukan penggunaan) merupakan nilai yang diberikan orang pada sumber daya alam meskipun mereka tidak pernah memiliki dan tidak akan pernah menggunakannya yang dapat dibagi menjadi:

1. *Bequest Value* merupakan nilai ekonomi yang diperoleh dari manfaat pelestarian sumber daya/ekosistem untuk kepentingan generasi masa depan.
2. *Existence Value* merupakan nilai ekonomi yang diperoleh dari sebuah persepsi bahwa keberadaan (existence) dari sebuah ekosistem/sumber daya itu ada, terlepas dari apakah ekosistem/sumber daya tersebut dimanfaatkan atau tidak (Sabet dan wibowo, 2022).

Konsep metode valuasi ekonomi menggunakan pendekatan harga pasar dan pendekatan harga non pasar. Pendekatan harga pasar bisa menggunakan pendekatan produktivitas, pendekatan modal manusia (*human capital*) atau pendekatan nilai hilang (*foregone earning*) dan pendekatan biaya kesempatan (*opportunity cost*). Sedangkan pendekatan non pasar dapat dilakukan dengan metode biaya perjalanan (*travel cost*), metode nilai hedonis (*hedonic pricing*), metode kesediaan membayar (*contingent valuation*) dan metode *benefit transfer* (Huda, Abidin, dan Rosanti, 2022).

Teknik valuasi ekonomi, dapat dibagi menjadi kelompok manfaat tidak langsung dan kelompok manfaat langsung. Teknik manfaat tidak langsung adalah sebagai berikut.

a. *Travel Cost Method*

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

b. *Random Utility Model*

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

c. *Hedonic Pricing*

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

Sedangkan yang termasuk dalam kelompok manfaat langsung adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) dimana informasi yang tergantung dari hipotesis yang dibangun biasanya disebut dengan metode *contingent* (tergantung). CVM bisa juga disebut dengan nilai keberadaan, biasanya

metode ini dipakai untuk mengukur nilai pasif (non pemanfaatan) sumber daya alam.

Valuasi ekonomi penting dilakukan untuk meminimalisir terjadinya eksternalitas yang dapat menyebabkan kegagalan pasar dari suatu barang atau jasa yang tidak memiliki nilai pasar. *Individual Travel Cost Method* merupakan metode untuk mengetahui nilai ekonomi dari sumber daya alam yang tidak memiliki nilai kuantitatif berdasarkan biaya perjalanan (Susilowati, 2009).

B. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Metode biaya perjalanan merupakan metode yang digunakan untuk menghitung nilai penggunaan (*use value*) secara *indirect use value* atau yang tidak secara langsung dapat diambil dari sumber daya alam tersebut. Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan pengunjung dalam satu kali perjalanan rekreasi meliputi biaya konsumsi selama rekreasi total konsumsi selama rekreasi dikurangi biaya konsumsi sehari-hari, biaya transportasi, biaya parkir dan biaya lain-lain. Metode biaya perjalanan *Travel Cost Method* dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisis wisata.

Travel Cost Method (TCM) adalah konsep dasar metode biaya perjalanan yaitu waktu dan biaya pengeluaran untuk mengunjungi Tempat wisata yang merupakan harga untuk akses ke tempat tempat wisata, dapat dikatakan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mengkonsumsi jasa dari sumber daya alam merupakan harga dari sumber daya alam tersebut (Ermayanti, 2012). TCM adalah metode untuk mengukur dan mengestimasi nilai ekonomi tidak langsung. Ketika melakukan penelitian dengan TCM dapat menggunakan dua pendekatan yakni pendekatan zona biaya (*zonal travel cost*) perjalanan dan pendekatan biaya perjalanan (*individual travel cost*).

1. *Zonal travel cost* adalah bentuk pendekatan dalam TCM yang dalam prosesnya dapat menggunakan data sekunder dan mengumpulkan data

dari para pengunjung menurut daerah asal. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperkirakan nilai suatu tempat wisata dengan mengobservasi pengunjung atau pengguna sebenarnya dari tempat wisata tersebut. Tingkat analisis ini berfokus pada zona di mana pengunjung itu tinggal dan dibandingkan dengan lokasi ke tempat wisata.

2. *Individual travel cost* biasanya menggunakan data primer yang dilakukan dengan survei langsung dengan para wisatawan secara individual. Melalui pendekatan ini peneliti biasanya melakukan penelitian tempat wisata dengan melakukan survei dan kuesioner langsung dengan para pengunjung tempat wisata untuk mengetahui biaya perjalanan yang harus dikeluarkan untuk mencapai lokasi wisata dan juga mengenai faktor-faktor sosial ekonomi yang dapat memengaruhi wisatawan mengunjungi tempat wisata tersebut (Hidayatullah, 2017).

Pendekatan ini merupakan pendekatan untuk menilai barang-barang yang tidak memiliki harga seperti lingkungan, taman umum dan juga tempat rekreasi. Inti dari pendekatan ini bahwa biaya perjalanan ke suatu tempat rekreasi akan memengaruhi jumlah kunjungan yang dilakukan oleh seseorang. Informasi yang diperoleh dari pengunjung akan dianalisis dan data yang dihasilkan digunakan untuk meregresi tingkat kunjungan yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan berbagai variabel sosial ekonomi.

$$Q_i = f(TC, X_1, \dots, X_n) \dots \dots \dots (2)$$

Dimana, Q_i = tingkat kunjungan,
 $X_1 \dots X_n$ = banyaknya variabel
 TC = biaya perjalanan (Hufschmidt, 1996)

Travel Cost Method memiliki kelebihan dibandingkan dengan metode lain yaitu dapat digunakan untuk mengukur manfaat dan biaya akibat perubahan biaya akses suatu objek wisata, penambahan objek wisata baru, perubahan kualitas lingkungan objek wisata, dan penutupan objek wisata yang telah ada. TCM juga memiliki beberapa kekurangan dalam menghitung nilai manfaat

ekonomi objek wisata. TCM mengasumsikan bahwa setiap pengunjung hanya memiliki satu tujuan yaitu mengunjungi objek wisata yang ingin dituju meskipun sebenarnya terdapat aspek kunjungan ganda dimana pengunjung tidak hanya mengunjungi satu objek wisata saja melainkan mengunjungi objek wisata lainnya. TCM tidak membedakan status pengunjung baik pengunjung yang datang untuk berlibur maupun pengunjung yang memang berasal dari daerah sekitar objek wisata. Metode ini juga tidak memperhatikan masalah waktu dimana tidak membedakan antara waktu yang menjadi utilitas dan waktu yang jadi pengorbanan pengunjung (Lasmana,2022).

C. Pendekatan dan Penilaian Kawasan

Nilai Ekonomi Kawasan (NEK) adalah seluruh agregat nilai ekonomi (nilai langsung maupun tidak langsung, serta nilai market dan non market) kawasan dimaksud, diluar nilai properti kawasan yang dinilai. NEK terdiri nilai ekonomi berbasis penggunaan (Nilai Guna/ Use Value) dan nilai ekonomi berbasis bukan penggunaan (Bukan Nilai Guna/Non Use Value). Terdapat dua pendekatan (Dionanda dan Pradipta, 2018):

1. Pendekatan Nilai Pasar (Market Based) / Pendekatan Produktivitas

Pendekatan pasar adalah suatu bentuk pendekatan penilaian atas nilai manfaat dan fungsi objek penilaian (kawasan) yang didasarkan pada harga pasar (diperoleh melalui mekanisme penawaran dan permintaan).

Pendekatan pasar biasanya digunakan untuk menilai manfaat dan fungsi kawasan dalam bentuk barang dan jasa yang nilainya dapat diperoleh melalui pasar seperti nilai padi per ton, kayu per meter kubik, ikan per kg, upah pekerja per hari dsb. Pendekatan pasar terbagi menjadi tiga yaitu:

- (1) Pendekatan produktivitas (*productivity*),
- (2) Pendekatan modal manusia (*human capital*), dan
- (3) Pendekatan biaya kesempatan (*opportunity costs*).

2. Pendekatan Non Pasar

Pendekatan non pasar adalah suatu pendekatan penilaian atas nilai manfaat dan atau fungsi objek penilaian yang tidak didasarkan pada harga pasar.

Pendekatan non pasar biasanya digunakan untuk menilai manfaat dan fungsi kawasan dalam bentuk barang dan jasa yang nilainya tidak dapat diperoleh melalui pasar seperti jasa lingkungan, oksigen yang dihasilkan, kenyamanan, biodiversitas dan sebagainya. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan nilai suatu kawasan dengan pendekatan non pasar yaitu diantaranya:

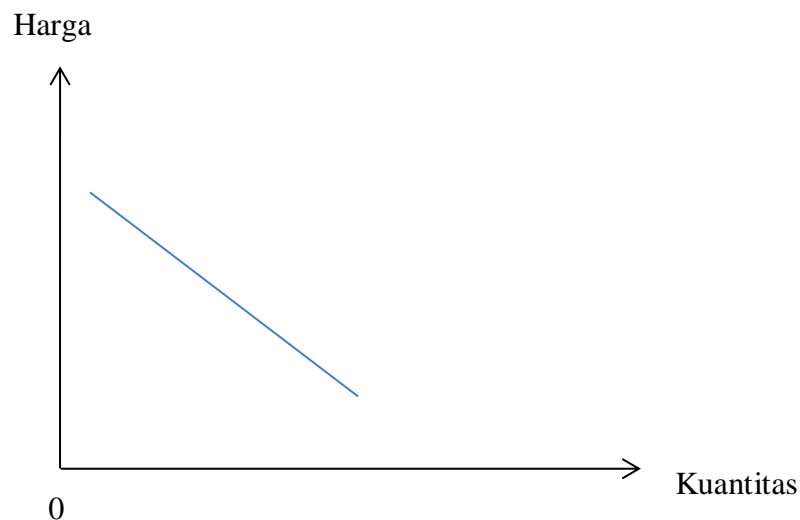
- (1) Metode nilai hedonis (*hedonic pricing method*) dimana nilai suatu kawasan dapat dihitung berdasarkan permintaan seseorang dari kualitas yang diberikan oleh kawasan yang bersangkutan,
- (2) Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) dimana nilai suatu kawasan dapat dihitung berdasarkan biaya dan waktu yang dikeluarkan seseorang untuk pergi dan atau berada pada kawasan yang bersangkutan,
- (3) Metode perhitungan kontingensi (*contingent valuation method*) dimana nilai suatu kawasan dapat dihitung berdasarkan kesediaan seseorang untuk membayar (*willingness to pay*) dan kesediaan seseorang untuk menerima (*willingness to accept*) terhadap kawasan yang bersangkutan, dan
- (4) Metode benefit transfer dimana nilai suatu kawasan dapat diperoleh dari perhitungan nilai kawasan sejenis di tempat lain yang sebelumnya telah melalui penelitian, analisis dan telah pada unit dan jangka waktu tertentu.

D. Fungsi Permintaan

Teori permintaan memiliki hubungan yang erat antara harga dan permintaan. Ilmu ekonomi menunjukkan bahwa permintaan memiliki arti dalam hubungan jumlah suatu barang yang akan dibeli dan harga tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal

lain tetap sama (Gilarso, 2017). Permintaan adalah jumlah barang/jasa yang dibeli dalam berbagai situasi dan tingkat harga. Semakin tinggi (mahal) harga, semakin sedikit permintaan. Sebaliknya semakin rendah (murah) harga, semakin banyak permintaan (Ritonga, 2013).

Permintaan akan meningkat apabila harga rendah dan permintaan akan menurun apabila harga tinggi itu adalah bentuk dari hukum permintaan atau dengan kata lain, hubungan antara harga dan kuantitas barang akan cenderung berkebalikan satu sama lain. Jadi permintaan adalah keinginan konsumen untuk membeli barang tersebut. Permintaan dengan jumlah yang diminta merupakan dua hal yang berbeda karena perubahan harga akan memengaruhi jumlah yang diminta, bukan permintaan. Keputusan konsumen dalam menentukan jumlah barang yang akan dibeli dipengaruhi oleh harga barang tersebut dan hal ini dapat dijelaskan melalui kurva permintaan pada Gambar 2.



Gambar 2. Kurva permintaan

Perubahan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan ke kiri. Pergeseran kurva permintaan berarti jumlah yang diminta akan berubah di setiap tingkat harga. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan adalah sebagai berikut.

1. Harga Barang Tersebut

Harga barang atau jasa akan memengaruhi banyak/sedikitnya terhadap jumlah barang yang diminta. Jika harga barang tersebut turun maka jumlah permintaan akan barang tersebut akan bertambah. Sebaliknya, jika harga barang tersebut naik maka permintaan akan barang tersebut berkurang.

2. Harga Barang Lain

Harga barang lain juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan. Keterkaitan dua macam barang dapat bersifat substitusi(pengganti) dan bersifat komplemen(penggenap).

3. Pendapatan

Permintaan merupakan keinginan konsumen dan kemampuan untuk membayar suatu barang. Penghasilan merupakan faktor utama dan kemampuan untuk membayar konsumen sehingga semakin tinggi tingkat pendapatan, daya beli semakin kuat sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

4. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan hal ini dapat menambah daya beli masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan meningkatkan permintaan.

5. Selera

Selera mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang karena faktor kesukaan dan

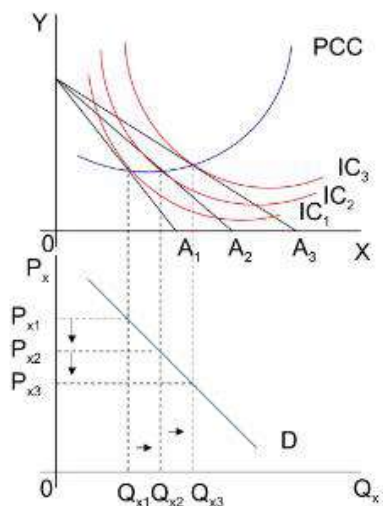
ketidaksukaan konsumen terhadap suatu barang berbeda-beda sehingga selera memengaruhi permintaan.

6. Perkiraan tentang Masa Depan

Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa yang akan datang akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang dan sebaliknya (Rahardja dan Mandala, 2014).

Kurva permintaan barang dapat diturunkan dari titik-titik pada kurva PPC. Keseimbangan konsumen terjadi pada titik persinggungan antara kurva indifferen dengan garis anggaran. Apabila pendapatan berubah, sedangkan harga-harga tidak berubah maka garis anggaran akan bergeser. Pergeseran ini juga akan memberikan/menghasilkan titik persinggungan baru antara kurva indifferen dengan garis anggaran. Hal ini terjadi karena dalam salib sumbu X-Y terdapat banyak kurva indifferen sehingga akan ada satu yang bersinggungan dengan garis anggaran, dengan mengubah tingkat pendapatan berkali-kali dan menemukan titik keseimbangan konsumen maka kita memperoleh kurva konsumsi pendapatan (*income consumption curve*, ICC). Dari kurva ICC ini dapat diturunkan kurva Engel (Setyawan, Fahrudin, dan Susanto, 2020). Penurunan kurva permintaan dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3. menunjukkan berbagai titik persinggungan antara kurva indifferen dengan garis anggaran. Garis anggaran akan bergeser sejajar pada berbagai tingkat pendapatan kalau kedua harga barang tidak berubah. Kurva ICC merupakan titik-titik persinggungan antara IC dengan garis anggaran atau juga merupakan titik-titik keseimbangan konsumen pada berbagai tingkat pendapatan.



Gambar 3. Penurunan kurva permintaan

Kurva Engel menunjukkan pengaruh perubahan pendapatan terhadap pembelian suatu barang. Slope kurva Engel positif menunjukkan bahwa kenaikan pendapatan diikuti kenaikan jumlah barang yang dibeli. Kurva Engel mungkin ber-slope negatif, menunjukkan bahwa kenaikan pendapatan diikuti penurunan jumlah barang yang dibeli. Kasus ini terjadi untuk barang inferior. Apabila pendapatan seseorang naik maka ia pindah dari produk inferior menjadi produk yang dia sukai.

Kurva permintaan konsumen akan suatu barang menunjukkan berapa jumlah barang yang akan dibeli pada berbagai tingkat harga barang yang bersangkutan, sementara harga barang lain, pendapatan dan kesukaan konsumen masih tetap. Kurva permintaan biasanya ber-slope negatif, menunjukkan bahwa pada tingkat harga yang rendah jumlah barang yang dibeli semakin banyak. Apabila harga semakin tinggi, konsumen cenderung membeli lebih sedikit. Apabila faktor lain, selain harga barang yang bersangkutan berubah maka seluruh kurva permintaan akan berubah (bergeser).

Kampoeng Vietnam dianggap sebagai barang ekonomi dan berlaku hukum permintaan yang didekati dari frekuensi kunjungan. Sehingga dilihat faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan jika dikaitkan dengan harga

maka faktor yang dapat dipadankan adalah biaya perjalanan. Menurut (Yoeti,2008), faktor-faktor yang memengaruhi permintaan pariwisata yaitu:

1. Biaya perjalanan

Memperkirakan nilai tempat wisata tentu menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya.

2. Pendapatan

Semakin besar pendapatan wisatawan maka semakin besar kemampuan wisatawan untuk melakukan peningkatan konsumsinya. Konsumsi dalam hal ini dapat berupa keinginan untuk melakukan kunjungan wisata. Maka kunjungan wisata akan meningkat.

3. Umur

Umur memengaruhi frekuensi kunjungan karena kebutuhan dan kecenderungan berubah seiring dengan perubahan usia. setiap generasi berperilaku berbeda dari generasi lainnya saat melewati kategori umur. Sehingga keinginan berwisata dipengaruhi juga oleh umur.

4. Pendidikan

Pendidikan memengaruhi frekuensi kunjungan karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan seseorang. Secara tidak langsung, dengan meningkatnya pendapatan orang tersebut maka akan berpengaruh terhadap frekuensi perjalanan wisata orang tersebut.

5. Jarak

Jarak berkaitan dengan waktu perjalanan yang dibutuhkan maupun satuan biaya angkut yang diperlukan. Wisatawan akan melakukan kunjungan pada objek wisata terdekat terutama karena faktor jarak yang tidak terlalu jauh, sehingga tidak memerlukan banyak waktu perjalanan sehingga semakin jauh jarak tempuh semakin menurun keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata.

6. Fasilitas

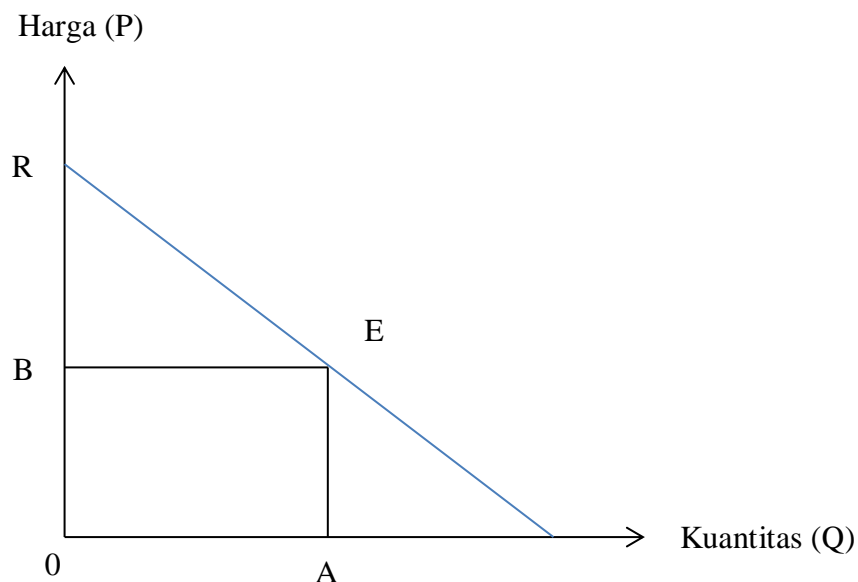
Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan tempat wisata. Fasilitas adalah salah satu yang menjadi pertimbangan untuk wisatawan saat berada di objek wisata.

E. Surplus Konsumen

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Timbulnya surplus konsumen disebabkan karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama. Surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak di antara garis harga dan kurva permintaan. Besarnya surplus konsumen dapat dilihat pada Gambar 4.

Gambar 4. menunjukkan kesediaan membayar berada di area bawah kurva permintaan. Kurva permintaan mengukur jumlah yang akan dibayarkan oleh konsumen untuk tiap unit barang yang akan dibelinya. Total bidang dibawah kurva permintaan OREA Menunjukkan total Utilitas yang diperoleh konsumen ketika mereka mengkonsumsi barang atau bisa dikatakan bahwa

OREA ukuran ke kemauan membayar total oleh konsumen karena jumlah tersebut merupakan penjumlahan nilai nilai marjinal Q dari 0 sampai A .



Gambar 4. Surplus konsumen

B Merupakan harga yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan barang A . Surplus konsumen merupakan selisih antara kemampuan maksimal konsumen untuk membayar dengan harga sebenarnya dari barang yang dibeli tersebut. Ketika harga yang berlaku pada kondisi keseimbangan lebih rendah dari harga yang mereka sebenarnya mau bayarkan untuk mendapatkan barang tersebut maka konsumen akan mendapatkan keuntungan atau surplus konsumen (Hidayatullah, 2017).

F. Pariwisata dan Tempat Wisata

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi (Prayogo, 2018). Pariwisata adalah suatu jenis perjalanan yang direncanakan dan dilakukan dari satu tempat ke tempat lain

secara individu atau kelompok, dengan tujuan memperoleh beberapa bentuk kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2016).

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata dalam pasal 1 ayat 3, pariwisata adalah segala jenis aktivitas wisata dan didukung dengan segala fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah. Selain itu, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepariwisataan, termasuk pengembangan objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha lain yang berkaitan dengan bidang pariwisata. Segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata yang dimaksud adalah objek dan daya tarik wisata Berdasarkan dari definisi-definisi para ahli maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen ataupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari segi konteks pariwisata bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik. Berdasarkan definisi pariwisata diatas maka disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Marsono, 2016):

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu daerah asal dan juga daerah tujuan (destinasi).
2. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan juga daya tarik wisata.
3. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata.
4. Pelaksana perjalananan ke daerah tujuan dilakukan dalam waktu sementara.
5. Terdapat dampak yang ditimbulkan,khususnya daerah tujuan segi sosial budaya,ekonomi dan lingkungan.

Pengelolaan pariwisata harus berkesinambungan dengan tujuan peningkatan kesejahteraan masyarakat daerah, namun yang sering terjadi adalah jika produk wisata hanya menjadi alat perpindahan ekonomi dari kota ke daerah yang dibawa oleh para tamu. Sementara, peningkatan kunjungan wisatawan

bersifat seasonal, ada saatnya ramai dan juga sepi. Maka diperlukan sebuah aktivitas pariwisata yang tidak tergantung terhadap hal tersebut.

Pengembangan pariwisata memiliki strategi membuat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata yaitu attraction, accessibility, amenity dan ancilliary (4A) (Chaerunissa dan Yuniningsih, 2020).

- 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.
- 2) *Amenity* (Fasilitas) atau amenities adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata.
- 3) *Accessibility* (Aksesibilitas) merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata.
- 4) *Ancilliary* (Pelayanan Tambahan) Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata.

Pariwisata yang tepat merupakan suatu konsep yang diterapkan untuk pengembangan pariwisata pada daerah – daerah yang baru saja mengembangkan potensi pariwisatanya. Pariwisata menurut daya tariknya dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Wisata Alam, bentuk dan wujud dari wisata ini berupa pemandangan alam, seperti pegunungan, pantai, serta lingkungan hidup yang berupa flora dan fauna, dan objek wisata yang masih alami.
2. Wisata Budaya, bentuk dan wujud dari wisata ini lebih dipengaruhi oleh lingkungan maupun manusia, seperti tarian tradisional maupun kesenian, upacara adat, upacara keagamaan, upacara pemakaman dan lain sebagainya.
3. Wisata Buatan Manusia, bentuk dan wujud dari wisata ini sangat dipengaruhi oleh upaya dan aktivitas manusia. Wujudnya dapat berupa museum, tempat ibadah, permainan musik dan kawasan wisata yang dibangun (Heryati, 2019).

Pariwisata bersifat dinamis dan tidak selamanya daya tarik serupa dapat menarik minat wisatawan. Oleh karenanya, perlu dilakukan pembaharuan yang mengikuti trend wisata kekinian. Pengembangan objek wisata menjadi acuan sebagai sumber penghasilan utama bagi setiap daerah. Objek dan daya tarik wisata merupakan suatu bentuk dan fasilitas yang berhubungan dan dapat menarik minat pengunjung atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Wisatawan dalam berwisata pastinya akan mempertimbangkan dan merencanakan perjalanan rekreasi dan berlibur yang akan dilakukannya. Pasca pandemi COVID-19 banyak masyarakat yang beralih mengikuti trend *Special Interest Tourism* atau biasa dikenal dengan sebutan pariwisata minat khusus merupakan jenis pariwisata di mana wisatawan melaksanakan perjalanan untuk belajar atau berupaya mendapat pengalaman baru tentang sesuatu hal di daerah yang dikunjungi. Pariwisata minat khusus ini meliputi (Binus, 2022):

1. *Staycation*, merupakan kegiatan berlibur yang membuat pengunjung harus menginap di suatu penginapan.
2. *Wellness trip*, yaitu kegiatan berlibur yang bertujuan memelihara dan meningkatkan kesehatan tubuh dengan melakukan kegiatan seperti hiking, pergi ke pusat perawatan kecantikan, mengunjungi spa, bersepeda, dan meditasi.
3. Berwisata alam, trend wisata ini membuat wisatawan mengunjungi objek wisata yang memiliki daya tarik pemandangan alam, wisatawan lebih suka mencari tempat wisata yang mampu membuat tubuh lebih rileks, seperti wisata alam.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini, juga dapat menjadi upaya bagi peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini mengenai valuasi

ekonomi tempat wisata dan sama-sama menggunakan metode analisis *Travel Cost Method*.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Novita, Abidin, dan Eka (2022), dalam penelitiannya yang berjudul "*Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji*". Penelitian ini menggunakan analisis skala likert, metode biaya perjalanan, analisis regresi linier berganda, dan analisis surplus konsumen sebagai metode analisisnya. Adapun hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah pengunjung puas dengan sarana dan prasarana yang disediakan oleh Taman Kehati, biaya perjalanan sebesar Rp165.614 per individu dengan alokasi biaya konsumsi tertinggi yaitu Rp101.656,72 atau 61 persen dari total biaya perjalanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Taman Kehati antara lain umur, pendapatan, biaya perjalanan, waktu tempuh, hari kunjungan, dan kondisi taman. Nilai ekonomi Taman Kehati adalah Rp993.850.777.736 per tahun.

Penelitian kedua dilakukan oleh Rusmusi dan Indira (2018), penelitiannya berjudul "*Analisis Valuasi Ekonomi Kawasan Kebun Raya Baturraden /Rusmusi I. dan Indira*". Penelitian ini menggunakan Metode biaya perjalanan atau *travel cost method* (TCM) sebagai metode analisisnya. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil penelitian, pendapatan, biaya perjalanan dan milage memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah kunjungan ke Baturraden Botanical Garden, sedangkan jumlah kelompok tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Surplus konsumen yang diperoleh pengunjung adalah Rp 286.961,50 / tahun atau Rp 143.480,75 / kunjungan. Sedangkan nilai ekonomi Kebun Raya Baturraden adalah Rp. 37.461.962.940,50 / tahun.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Tsania dan Aulia (2019), dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis Valuasi Ekonomi Wisata Alam Melalui Travel Cost Method*". Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear

berganda dan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) sebagai metode analisisnya. Diketahui hasil dari penelitian ini adalah penelitian ini menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan, pendapatan, waktu tempuh, dan jumlah rombongan berpengaruh signifikan terhadap variabel frekuensi kunjungan wisatawan. Sementara variabel durasi berkunjung memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel frekuensi kunjungan wisatawan. Adapun nilai ekonomi yang diketahui dari analisis valuasi ekonomi melalui metode biaya perjalanan (*travel cost method*) sebesar Rp 15.486.416.873,- dengan pemanfaatan potensi ekonomi sebesar Rp 588.710.000,- atau 3,8%.

Penelitian keempat dilakukan oleh Sugiharti, Islami, dan Nurcahya (2019) dengan judul "*Kajian Valuasi Ekonomi Objek Wisata Sekar Langit Kabupaten Magelang Dengan Pendekatan Travel Cost Method*". Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan *Travel Cost Method* sebagai metode analisisnya. Hasil penelitiannya yaitu nilai ekonomis dari objek DTW Air Terjun Sekar Langit belum tereksplorasi dengan optimal. Kedepan, perlu dilakukan pengembangan dengan perencanaan yang baik dan matang akan DTW Air Terjun Sekar Langit dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung.

Penelitian kelima dilakukan oleh Hardiyanti dan Subari (2020) dengan judul "*Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik*". Penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) dan pendekatan harga pasar. Hasil penelitian adalah nilai manfaat langsung dari harga jual 90 batang pohon waru dan pasir putih pantai sebesar Rp.301.800.000/tahun, nilai manfaat langsung sebesar Rp.63.589.093.000/tahun dan nilai total ekonomi Wisata Pantai Pasir Putih sebesar Rp.63.890.893.000/tahun.

Penelitian keenam dilakukan oleh Weriantoni (2020) dengan judul "*Pengaruh Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Kapalo Banda Kabupaten Limapuluh Kota Terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan dengan Menggunakan Metode*

Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)”. Penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method (TCM)* sebagai metode analisis dan dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil analisis biaya perjalanan, nilai manfaat total Objek Wisata Banda Kapalo dengan tambahan tarif tiket masuk sama dengan nol rupiah 74.411.0920. Sedangkan nilai total manfaat objek wisata Kapalo Banda atau nilai total surplus konsumen per tahun pada tarif masuk yang berlaku adalah Rp 5.000 hingga Rp 72.782.723.470. Nilai rata-rata nilai kesediaan membayar maksimal (WTP) per pengunjung untuk tambahan fasilitas dan pengelolaan Objek Wisata Banda Kapalo adalah Rp40.215.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Ramlan et al. (2021) dengan judul penelitian “*Valuasi Ekonomi Wisata Bahari di Pantai Marina Kabupaten Bantaeng*”. Penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method (TCM)* sebagai metode analisis dan berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas kunjungan di Pantai Marina adalah daya tarik pantai, lokasi pantai. Sedangkan faktor-faktor yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas kunjungan di Pantai Marina adalah biaya perjalanan, fasilitas, aksesibilitas, jarak rumah, dan tingkat kebersihan objek wisata Pantai Marina. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui surplus konsumen berdasarkan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) adalah minimal pendapatan Rp. 42,570.65.- per individu per tahun, dan selanjutnya diperoleh nilai ekonomi objek wisata Pantai Marina Rp 1.393.484.222 -/tahun.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Sukwika dan Rahmatulloh (2021) dengan judul “*Penilaian Taman Wisata Alam Situ Gunung Sukabumi: Penerapan TCM*”. Penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method (TCM)* sebagai metode analisisnya. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan terdapat pengaruh intensitas pengunjung terhadap faktor waktu tempuh, tingkat pendidikan, umur, dan tingkat pendapatan. Kesimpulannya biaya kunjungan wisata terbesar adalah biaya transportasi, nilai ekonomi kawasan taman wisata alam (TWA) Situ Gunung melampaui Rp200 miliar dan kesediaan

membayar (WTP) pengunjung masih menyisakan 62,25% nilai ekonomi yang didapatkan dari total ekonomi. Penelitian lanjutan direkomendasikan fokus pada daya dukung lingkungan. untuk melihat kegiatan pariwisata di kawasan TWA Situ Gunung Sukabumi untuk menunjang data TCM.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Sukwika dan Kasih (2020) yang berjudul "*Valuasi ekonomi taman wisata alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor*". Penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) sebagai metode analisisnya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui analisis menunjukkan bahwa empat faktor mempengaruhi frekuensi kunjungan, ke TWAGP termasuk, biaya perjalanan, tingkat pendidikan, lama pengetahuan dan jarak bepergian. Surplus konsumen individu per kunjungan adalah Rp209.000, dan nilai ekonomi totalnya adalah Rp8.535.978.000.

Rekomendasi tersebut merupakan tanggapan atas kesediaan pengunjung untuk membayar biaya masuk tambahan dari apa yang dipaksakan perlu diikuti dengan peningkatan kualitas daya tarik wisata agar pengunjung puas dan semakin ingin kembali berkunjung.

Penelitian kesepuluh dilakukan oleh Subardin dan Yusuf (2011) dengan judul "*Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang*". Penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) dan analisis linier berganda sebagai metode analisisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Taman Wisata Alam Punti Kayu memberikan dampak positif bagi kesejahteraan konsumen. Selain itu dari penelitian ini, perlu diketahui bahwa surplus konsumen sebesar Rp.16.937.214,25/tahun.

Berdasarkan penelitian terdahulu diketahui bahwa kesamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan metode analisis yang menggunakan analisis linear berganda dan *Travel Cost Method* (TCM). Valuasi ekonomi penting untuk dilakukan di setiap tempat wisata untuk membantu pengembangan serta pengelolaan lebih lanjut dan tempat wisata yang saya teliti berbeda dengan

penelitian terdahulu yaitu di objek wisata Kampoeng Vietnam, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung.

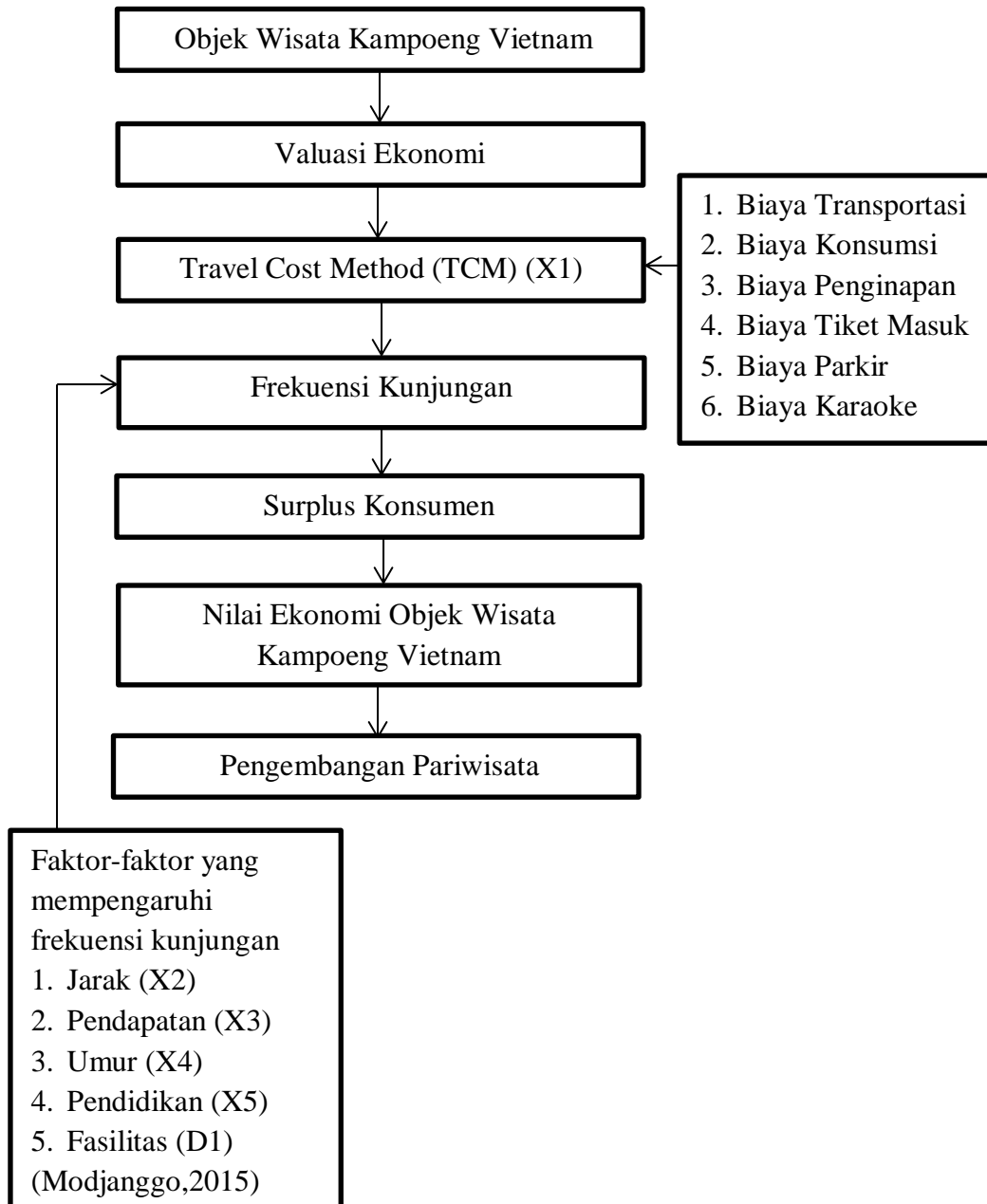
H. Kerangka Pemikiran

Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan salah satu destinasi wisata unggulan yang berada di Kota Bandar Lampung. Terletak di atas perbukitan dan memiliki suasana alam yang Indah. Lokasinya tidak jauh dari pusat kota dan tidak susah untuk dijangkau. Seiring berjalannya waktu, tempat wisata ini menjadi tempat yang banyak digemari wisatawan yang tidak hanya berasal dari Provinsi Lampung tetapi juga dari luar daerah seperti Tangerang, Cirebon, Bekasi, dan Palembang. Tempat wisata ini tak pernah sepi akan pengunjung, terutama saat hari libur akan banyak pengunjung. Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan sumber daya alam yang dimanfaatkan menjadi tempat wisata dan memiliki fungsi lingkungan sebagai penyedia fasilitas. Tempat wisata ini akan terus berkembang dilihat dari pembangunan fasilitas seperti spot foto yang terus bertambah. Setiap usaha yang memanfaatkan sumber daya alam akan menimbulkan biaya dan manfaat. Akan tetapi, sumber daya alam tidak dapat dinilai harganya. Oleh karena itu, diperlukan valuasi ekonomi sebagai alat ukur untuk menilai nilai uang dari objek wisata Kampoeng Vietnam yang dihasilkan dari sumber daya dan lingkungan.

Objek wisata Kampoeng Vietnam dianggap sebagai barang ekonomi yang berlaku hukum permintaan, yang mana frekuensi kunjungan dikaitkan dengan permintaan pariwisata. Potensi objek wisata Kampoeng Vietnam yang merupakan wisata alam tidak dapat dinilai. Oleh karena itu digunakan pendekatan metode biaya perjalanan atau *Travel Cost Method* (TCM). Metode biaya perjalanan ini bertujuan untuk mengetahui nilai ekonomi objek wisata dengan cara menghitung sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung. Pengunjung yang melakukan suatu kegiatan wisata pasti akan mengeluarkan biaya perjalanan. Apabila diketahui pengeluaran pengunjung, maka dapat dihitung berapa nilai yang diberikan pengunjung kepada sumber

daya lingkungan atau objek wisata Kampoeng Vietnam. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghitung *Travel Cost Method* (TCM) adalah biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya penginapan, biaya parkir, dan biaya karaoke.

Nilai ekonomi objek wisata Kampoeng Vietnam per tahun dapat dihitung berdasarkan frekuensi kunjungan yang dikalikan dengan surplus konsumen. Faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan adalah biaya perjalanan, pendapatan, umur, pendidikan, jarak, dan fasilitas. Setelah seluruh biaya dirinci maka dapat menghitung nilai ekonomi. Surplus konsumen dapat dihitung dengan menggunakan koefisien biaya perjalanan pada persamaan permintaan wisata. Nilai ekonomi objek wisata Kampoeng Vietnam akan memudahkan dalam membuat perencanaan pengalokasian sumber daya alam serta perencanaan pengembangan di masa yang akan datang. Pengambilan keputusan akan lebih mudah apabila biaya dan manfaat akibat penggunaan sumber daya alam ini diketahui dalam bentuk nilai uang atau harga. Valuasi Ekonomi dengan Pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) di objek wisata Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Kerangka pemikiran valuasi ekonomi dengan pendekatan travel cost method (TCM) di objek wisata Kampoeng Vietnam, Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung, 2023

I. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah diduga biaya perjalanan, pendapatan, umur, pendidikan, jarak, dan fasilitas berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Kampoeng Vietnam.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber daya dan juga data sekunder. Metode analisis yang digunakan untuk mendapatkan nilai ekonomi dari lokasi objek wisata Kampoeng Vietnam adalah metode survei. Metode survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel (Sugiyono 2018).

Metode survei adalah studi yang sumber utama data dan informasinya diperoleh dari responden sebagai sampel survei menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen (Sugiyono 2018).

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Penentuan variabel pada dasarnya adalah operasionalisasi terhadap konstruk, yaitu upaya mengurangi abstraksi konstruk sehingga dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam

mengoperasionalkan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik (Indriantoro, Nur, and Bambang, 2018) . Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

- a. Frekuensi Kunjungan (Y) dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan pengunjung ke Kampong Vietnam. Definisi operasional variabel frekuensi kunjungan diukur dengan menggunakan frekuensi kunjungan pengunjung dalam satu tahun.
- b. Biaya perjalanan (X1) adalah biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk menuju ke Kampong Vietnam. Variabel ini diukur dengan satuan rupiah.
- c. Jarak (X5) dalam penelitian ini adalah jarak relatif yaitu waktu tempuh yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam melakukan perjalanan ke objek wisata dari tempat asal wisatawan ke Kampong Vietnam. Variabel ini diukur dengan satuan menit.
- d. Pendapatan (X2) adalah penghasilan rata-rata per bulan dari wisatawan yang berasal dari penghasilan keseluruhan wisatawan. Variabel ini diukur dengan satuan rupiah.
- e. Umur (X3) adalah umur dari wisatawan yang berkunjung ke Kampong Vietnam. Variabel ini diukur dengan satuan tahun.
- f. Pendidikan (X4) merupakan tingkat pendidikan formal yang ditempuh oleh responden pada saat diadakannya wawancara, yang diukur dengan satuan tahun. Pendidikan digolongkan berdasarkan lamanya waktu pendidikan, yaitu:

Tamat SD	= 6 tahun
Tamat SMP	= 9 tahun
Tamat SMA	= 12 tahun
Tamat Diploma Tiga	= 15 tahun
Tamat Sarjana atau di atasnya	= 16 tahun
- g. Fasilitas (D1) yang dimaksud adalah toilet, mushola, spot foto, dan karaoke. Pendapat pengunjung mengenai fasilitas yang ada di Kampong

Vietnam ini dapat dinyatakan dengan variabel baik dan kurang baik.

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

- h. Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan bakar untuk sampai ke tempat wisata, dihitung dengan satuan rupiah. Pada penelitian ini dihitung dari asumsi jenis kendaraan yang digunakan dan bahan bakar.
- i. Biaya konsumsi adalah biaya yang dikeluarkan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang yang dihitung dalam satuan rupiah. Pada penelitian ini biaya konsumsi dibagi menjadi biaya konsumsi yang dibawa sendiri dan konsumsi yang diberi di tempat wisata.
- j. Biaya parkir adalah biaya yang dikeluarkan untuk total parkir selama berwisata yang dihitung dalam satuan rupiah.
- k. Biaya karaoke adalah biaya yang dikeluarkan seseorang untuk melakukan karaoke yang dihitung dalam satuan rupiah
- l. Biaya tiket masuk adalah biaya yang dikeluarkan seseorang untuk masuk ke dalam suatu tempat wisata yang dihitung dalam satuan rupiah per kali kunjungan
- m. Biaya penginapan merupakan sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan tempat untuk tinggal selama waktu yang diinginkan yang dihitung dalam satuan rupiah.
- n. Valuasi ekonomi adalah upaya yang digunakan untuk memberikan penilaian secara kuantitatif kepada suatu barang ataupun jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan.
- o. Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar.
- p. Nilai ekonomi adalah pemberian nilai kuantitatif terhadap sumber daya alam. Variabel ini diukur dalam satuan rupiah.

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat wisata yang berlokasi di objek wisata Kampong Vietnam. Objek wisata Kampong Vietnam berada di daerah

perbukitan di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Tempat wisata ini memiliki pemandangan alam yang indah dan menarik. Objek wisata Kampong Vietnam didirikan pada saat pandemi berlangsung, akan tetapi tempat wisata ini masih dapat bertahan dengan jumlah pengunjung yang terus mengalami fluktuasi. Banyaknya pengunjung membuat kebersihan kurang terjaga. Pengunjung yang ingin datang harus menggunakan kendaraan pribadi karena tidak adanya transportasi umum dan jalan untuk menuju tempat wisata tidaklah baik. Sarana dan prasarana transportasi yang kurang baik sering menjadi keluhan bagi para pengunjung. Hal ini, membuat objek wisata Kampong Vietnam menarik untuk diteliti. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara *purposive* (sengaja). Waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari-Maret 2023.

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Kampong Vietnam dengan syarat pengunjung tersebut melakukan perjalanan khusus untuk ke objek wisata Kampong Vietnam atau secara sengaja datang ke lokasi wisata tersebut. Pengunjung dengan kriteria usia di atas 17 tahun atas pertimbangan pada usia tersebut responden bisa berkomunikasi dengan baik dan bersedia untuk diwawancarai sehingga mudah mendapatkan data yang diperlukan. Selain itu, kriteria responden pada penelitian ini yaitu pengunjung yang sudah memiliki pekerjaan sehingga pendapatan tidak berasal dari uang saku, pengunjung yang datang dengan rombongan hanya akan diambil satu sampel saja, serta jarak antara pengunjung dan tempat wisata tidak terlalu dekat. Berdasarkan data yang didapat diketahui bahwa jumlah rata rata pengunjung di objek wisata Kampong Vietnam pada tahun 2022 adalah 6.845 orang. Perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini merujuk pada teori Issac dan Michael dalam (Sugiyono, 2018), yaitu:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2} \dots\dots\dots (3)$$

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)

Maka perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2}$$

$$n = \frac{6.845 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,05}{6.845 \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot 0,05}$$

$$n = 75,97 = 76 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel tersebut diperoleh jumlah responden objek wisata Kampoeng Vietnam di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung sebanyak 76 orang.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif di mana pengukuran yang dilakukan dinyatakan dalam angka-angka, seperti jarak, waktu tempuh, pendapatan pengunjung, biaya transportasi dan sebagainya. Selain itu, digunakan pula data kualitatif untuk menjelaskan hasil yang telah diperoleh dari data kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan pemberian kuesioner kepada responden. Sumber data diperoleh dari data primer maupun data sekunder. Data primer berasal dari hasil wawancara dan kuesioner yang telah diisi oleh pengunjung objek wisata Kampoeng Vietnam, dan data yang didapatkan dari pihak pengelola objek wisata Kampoeng Vietnam berupa data kunjungan. Sedangkan data sekunder berasal dari Badan Pusat Statistik, Dinas Pariwisata, buku, jurnal atau literatur lain yang masih berkaitan dengan materi valuasi ekonomi tempat wisata dengan metode pendekatan TCM.

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Biaya Perjalanan

Analisis biaya perjalanan merupakan satu metode untuk mencari nilai kesediaan membayar konsumen terhadap barang publik, tempat rekreasi termasuk barang publik di mana tidak mempunyai harga pasar. Teori permintaan jumlah pengunjung dipengaruhi oleh biaya perjalanan, hal ini

juga yang mendasarkan untuk menentukan nilai ekonomi di objek wisata Kampoeng Vietnam menggunakan metode biaya perjalanan atau disebut *Travel Cost Method* (TCM) yang dikeluarkan oleh pengunjung. Biaya perjalanan adalah seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk melakukan kunjungan ke tempat wisata. Biaya perjalanan pada penelitian ini meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya parkir dan biaya karaoke. Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk melakukan kunjungan dalam satu kali perjalanan dihitung dengan rumus:

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

Keterangan :

BPT = Biaya Perjalanan Total (Total Cost) (Rp/kunjungan)

BT = Biaya Transportasi

BK = Biaya Konsumsi

BTM = Biaya Tiket Masuk

BP = Biaya Parkir

BKR = Biaya Karaoke

Perhitungan besarnya rata-rata biaya perjalanan pengunjung menggunakan rumus seperti di bawah ini (Siew *et al.*, 2015) .

$$ATC = \sum \frac{BPT}{n} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

ATC = Rata-rata biaya perjalanan pengunjung

BPT = Jumlah total biaya perjalanan pengunjung

n = Jumlah pengunjung yang diwawancarai

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisata di objek wisata Kampoeng Vietnam. Fungsi dari analisis regresi linear berganda pada penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 D_1 + e \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

- Y = Frekuensi Kunjungan (kunjungan)
 X1 = Biaya Perjalanan (rupiah)
 X2 = Pendapatan (rupiah)
 X3 = Umur (tahun)
 X4 = Pendidikan (tahun)
 X5 = Jarak (km)
 D1 = Fasilitas
 1 : Baik
 0 : Kurang Baik
 e = *error*

Variabel Dummy dalam penelitian ini adalah fasilitas (D1), dimana jika responden menilai fasilitas objek wisata Kampong Vietnam baik, maka diberi nilai 1 dan jika responden menilai fasilitas objek wisata Kampong Vietnam kurang baik, maka diberi nilai 0.

Y merupakan variabel terikat yang bersifat diskrit, sehingga perlu dilakukan transformasi. Transformasi dilakukan dengan rumus, sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \frac{Y - \bar{Y}}{\alpha} \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan:

- \hat{Y} = Y normal
 \bar{Y} = Y rata-rata
 Y = Y awal
 α = standar deviasi

3. Uji Asumsi Klasik

Regresi linear berganda memerlukan uji asumsi klasik untuk mengetahui model regresi yang digunakan sudah terbebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi ketentuan untuk mendapatkan linier yang baik, yang dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Uji Multikolinearitas

Kegunaan uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui suatu model regresi mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi pada setiap variable bebas, maka terjadi masalah

multikolinearitas. Masalah atau gejala ini dapat terjadi pada model regresi linier berganda karena dapat terjadi ketika variabel bebas saling berkorelasi. Model regresi linier yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel bebas. Untuk dapat memeriksa multilinearitas dalam model regresi linier, Anda dapat memeriksa *margin of error* dan *variance inflation factor* (VIF). Batas yang digunakan untuk menunjukkan multikolinearitas adalah jika toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 10$ (Ghozali, 2011)

b. Uji Heteroskedastistas

Uji varians heterogen digunakan untuk mengetahui dalam model regresi terdapat kesamaan varians dari residual semua nilai yang diamati atau tidak. Cara mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastistas pada model persamaan suatu penelitian yaitu melakukan uji white. Uji white dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel independent, kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel independent. Apabila *Chi-Square* $> 0,05$, maka model tersebut tidak terkena masalah heteroskedastistas.

Untuk melakukan uji hipotesis atas dugaan yang dibuat pada penelitian yang dilakukan di Kampong Vietnam yaitu dengan menggunakan.

a. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilainya adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Setiap tambahan satu variabel independen maka nilai (R^2) pasti meningkat walaupun variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, nilai yang digunakan

untuk mengevaluasi model regresi adalah nilai adjusted R^2 atau (R^2) yang disesuaikan.

b. Uji Serentak (Uji F)

Pengujian secara simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh tingkat signifikan secara bersamaan (simultan) terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan uji 2 (dua) arah dengan hipotesis sebagai berikut :

- a) $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = d_1 = 0$, artinya secara bersama-sama variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.
- b) $H_1 : \text{minimal ada satu variabel } b_1 \neq 0$, artinya secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Pengujian menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0.05).

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

Jika probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

c. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel bebas benar-benar berpengaruh terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2011).

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berpengaruh secara tunggal terhadap variabel terikat, maka diuji dengan menggunakan uji-t dengan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : b_i = 0$

$H_1 : b_i \neq 0$

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

Sebagai kaidah pengujian hipotesis yaitu :

- a.) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka tolak H_0 yang berarti variabel bebas secara tunggal berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan.
- b.) Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, maka terima H_0 yang berarti variabel bebas secara tunggal tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan (Ghozali, 2011).

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas dilakukan pada sebanyak 30 orang dari 76 orang wisatawan yang dijadikan sebagai responden di objek wisata Kampoeng Vietnam.

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya sampel

$\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel y

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

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

Uji validitas mengenai fasilitas di objek wisata Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji validitas

No	Indikator	r-hitung	Keterangan
1	Restoran	0,740	Valid
2	Pusat informasi	0,639	Valid
3	Toilet	0,739	Valid
4	Spot foto	0,693	Valid
5	Mushola	0,714	Valid
6	Karaoke	0,776	Valid
7	Lahan parkir	0,636	Valid

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa seluruh pernyataan di dalam kuesioner mengenai fasilitas terhadap objek wisata Kampoeng Vietnam memiliki status valid. Hal ini dikarenakan nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel sebesar 0,361.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Nilai reliabilitas dapat dikatakan baik jika nilai dari *Cronbach's alpha* $>$ 0,6. Uji reliabilitas ini dilakukan pada sebanyak 30 orang dari 76 orang pengunjung yang dijadikan sebagai responden di objek wisata Kampoeng Vietnam dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right) \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya pertanyaan

$\sum Si$ = Jumlah varian pertanyaan

St = Varian total

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

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

Menurut Kaplan and Saccuzzo (2013) nilai minimum Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,7. Jika $\alpha > 0,7$ maka variabel tersebut dikatakan valid dan jika $\alpha < 0,7$ maka variabel tersebut tidak valid. Uji reliabilitas mengenai persepsi wisatawan terhadap objek wisata Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji reliabilitas

Cronbach's alpha	N
0,828	7

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

4. Perhitungan Surplus Konsumen dan Nilai Ekonomi

Pada penelitian kali ini, digunakan *Travel Cost Method* (TCM) atau metode dengan memperhitungkan biaya perjalanan pengunjung.

Berdasarkan metode tersebut, untuk menghitung nilai surplus konsumen per individu menggunakan rumus menurut Fauzi (2014) sebagai berikut:

$$SK = \frac{V^2}{2BTC} \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan :

SK = Surplus konsumen

BTC = Koefisien biaya perjalanan

V = Jumlah kunjungan

Setelah menentukan surplus konsumen, dapat dicari nilai ekonomi dari Kampoeng Vietnam, dengan rumus sebagai berikut:

$$NE = SK \times RK \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan:

NE = Nilai Ekonomi (Rp/tahun)

SK = Surplus Konsumen (Rp/tahun)

RK = Rata-rata kunjungan per tahun (orang)

Perhitungan nilai ekonomi dari objek wisata Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan nilai ekonomi objek wisata Kampoeng Vietnam

.Keterangan	Satuan	Nilai
Jumlah responden	Orang	a
Jumlah kunjungan pertahun	Orang	b
Koefisien biaya perjalanan		c
Harga tiket masuk	Rp/individu/kunjungan	D
Surplus Konsumen	Rp/individu/tahun	
Surplus konsumen	Rp/individu/kunjungan	E
Kemampuan membayar	Rp/individu/kunjungan	d + e
Pembayaran terhadap sumber daya	Rp/individu/kunjungan	f = b x d
Nilai ekonomi	Rp/tahun	g = b x e

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Umum Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung merupakan ibu kota dari Provinsi Lampung. Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 19.722 ha. Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada $5^{\circ}20'$ - $5^{\circ}30'$ Lintang Selatan dan $105^{\circ}28'$ - $105^{\circ}37'$ Bujur Timur. Letak tersebut berada pada Teluk Lampung di ujung selatan pulau Sumatera. Berdasarkan kondisi ini, Kota Bandar Lampung menjadi pintu gerbang utama pulau Sumatera tepatnya kurang lebih 165 km sebelah barat laut Jakarta dan memiliki peran sangat penting selain dalam kedudukannya sebagai ibu kota Provinsi Lampung juga merupakan pusat pendidikan, kebudayaan dan perekonomian bagi masyarakat.

Sejarahnya, sebelum menjadi Kota Bandar Lampung, dahulunya merupakan gabungan dari dua kota kembar Tanjung Karang dan Kota Teluk Betung. Kedua kota kembar tersebut sebelumnya adalah bagian dari Kabupaten Lampung Selatan. Pada tahun 1998 terjadi perubahan yang didasari oleh Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 43 tahun 1998 tentang perubahan tata naskah dinas di lingkungan Pemerintah Kabupaten/Kotamadya Daerah Tingkat II se-Indonesia yang kemudian ditindaklanjuti dengan Keputusan Walikota Bandar Lampung nomor 17 tahun 1999 terjadi perubahan penyebutan nama dari “Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung” menjadi “Pemerintah Kota Bandar Lampung” dan tetap dipergunakan hingga saat ini.

Secara administratif batas daerah Kota Bandar Lampung adalah:

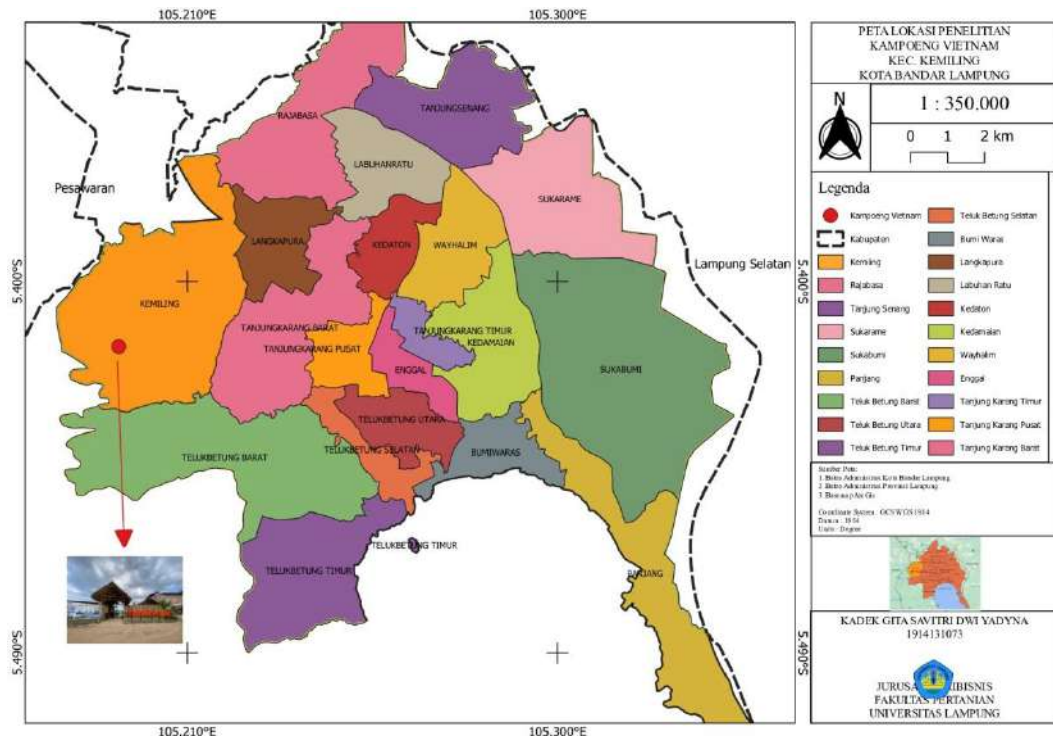
- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran dan Kecamatan Ketibung serta Teluk Lampung.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedong Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan.

Topografi tiap-tiap wilayah di Kota Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

- a. Wilayah pantai terdapat di sekitar Teluk Betung dan Panjang dan Pulau di bagian selatan.
- a. Wilayah landai/dataran terdapat di sekitar Kedaton dan Sukarame di bagian Utara.
- b. Wilayah perbukitan terdapat di sekitar Teluk Betung bagian utara, barat, dan timur.
- c. Wilayah dataran tinggi dan sedikit bergunung terdapat di sekitar Tanjung Karang bagian barat yaitu wilayah Gunung Betung, dan Gunung Dibalau serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur.

B. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan salah satu wisata yang berada di Kota Bandar Lampung. Tempat wisata ini berlokasi di Jalan Teuku Cik Ditiro No.89, Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Secara geografis Kampoeng Vietnam terletak pada $5^{\circ}24'56.9''$ Lintang Selatan dan $105^{\circ}11'36.2''$ Bujur Timur. Tempat wisata ini terletak di daerah perbukitan sehingga memiliki pemandangan alam yang indah, pengunjung juga dapat melihat laut dari atas spot foto. Gambar lokasi Kampong Vietnam disajikan pada Gambar 5.



Gambar 6. Peta lokasi penelitian objek wisata Kampong Vietnam

Objek wisata Kampong Vietnam merupakan tempat wisata yang banyak diminati oleh masyarakat. Pengelola membangun spot foto untuk memudahkan pengunjung mengabadikan momen indah selama berada di objek wisata Kampong Vietnam, untuk berfoto di spot foto pengunjung tidak dikenakan biaya tambahan. Terdapat juga *Live Music* atau tempat karaoke yang dilakukan untuk menghibur pengunjung. Objek wisata Kampong Vietnam juga mempunyai fasilitas spot foto, mushola, restoran, tempat parkir, pusat informasi, dan toilet. Pengunjung yang datang tidak hanya berasal dari Kota Bandar Lampung tetapi juga berasal dari luar daerah seperti Palembang.

Perjalanan menuju objek wisata Kampong Vietnam tidaklah sulit karena lokasi tempat wisata ini dekat dengan pusat kota dan dapat dicari melalui aplikasi peta. Selain itu, terdapat papan arah menuju objek wisata Kampong Vietnam. Perjalanan menuju tempat wisata ini dapat diakses melalui dua jalan yang direkomendasikan oleh pihak pengelola. Jalan pertama melalui Jalan Wan Abdurahman kemudian melewati Gang Kejora, kondisi fisik jalan tidak

terlalu lebar dengan kondisi baik dan sudah diaspal, tetapi akan sulit jika kendaraan roda 4 berpapasan di jalan ini. Jalan kedua melalui Jalan Teuku Cik Ditiro yang melewati SMAN 7 Bandar Lampung, kondisi fisik jalan ini lebar akan tetapi tidak baik akibat proses pengerukan bukit yang aktivitas transportasinya melewati jalan ini. Selain itu, jalan menuju objek wisata Kampoeng Vietnam cenderung berbelok-belok mengikuti kontur tanah karena jalan yang sudah diaspal rusak dan terdapat jalan yang masih belum diaspal.

C. Sejarah Objek Wisata Kampoeng Vietnam

Objek wisata Kampoeng Vietnam bukanlah sebuah kampung, melainkan sebuah tempat wisata yang didirikan pada Desember 2020. Tempat ini sudah ada sejak tahun 1970-an, tadinya tempat ini merupakan pemukiman yang banyak ditempati oleh orang-orang Vietnam dan penataan kampungnya pun mirip dengan kampung yang ada di Vietnam. Informasi ini didapatkan dari penduduk dan warga sekitar. Informasi dari mulut ke mulut yang menyebabkan tempat ini disebut Kampung Vietnam. Namun sejak adanya pembebasan lahan, orang-orang Vietnam sudah tidak ada lagi di kampung ini dan sudah beralih fungsi menjadi tempat wisata.

Objek wisata Kampoeng Vietnam merupakan tempat wisata pertama yang didirikan diperbukitan Kampung Vietnam oleh Bapak Gita Jaya. Setelah melihat potensi yang ada di tempat ini, Bapak Gita Jaya berinisiatif untuk mendirikan tempat wisata dengan memanfaatkan pemandangan alam dan laut yang dapat dilihat dari perbukitan. Kemudian dibuatlah spot foto yang memudahkan pengunjung untuk mendapatkan foto yang menarik. Tempat wisata ini juga masih berusia muda

Awal mula kesuksesan dari objek wisata Kampoeng Vietnam ini sempat diragukan, karena berdiri saat pandemi COVID-19 melonjak tajam.

Masyarakat harus mengisolasi diri dirumah dan dilarang berkerumun sesuai anjuran pemerintah untuk mengurangi penularan virus. Saat itu, banyak

tempat wisata yang tutup karena tidak adanya pengunjung dan dana pengelolaan yang terus berkurang. Akan tetapi, Bapak Gita Jaya tergolong nekad dalam mendirikan tempat wisata ini didalam situasi yang kurang menguntungkan. Meskipun demikian, nyatanya saat ini objek wisata Kampoeng Vietnam dapat diterima masyarakat dan terus mengembangkan potensinya.

D. Fasilitas-Fasilitas di Objek Wisata Kampoeng Vietnam

1) Restoran

Restoran adalah tempat yang menyajikan makanan dan minuman dengan bermacam-macam fasilitas yang akan membuat pengunjung betah ketika menyantap makanan. Restoran ini memiliki dua lantai yang dapat digunakan oleh pengunjung, tempat ini dibangun lebih tinggi supaya membuat pengunjung dapat menikmati keindahan objek wisata Kampoeng Vietnam sambil menyantap makanan dan minuman. Restoran di objek wisata Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Restoran di objek wisata Kampoeng Vietnam

Restoran ini menyediakan berbagai jenis makanan seperti ayam bakar, ayam goreng, soto, nasi goreng, dan aneka cemilan. Serta minuman dari

air putih hingga minuman berasa seperti es jeruk dengan harga yang terjangkau dan rasanya enak.

2) Pusat Informasi

Pusat informasi berfungsi untuk membantu pengunjung menerima informasi terkait objek wisata Kampong Vietnam. dan diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung. Tempat ini juga merangkap sebagai loket pembelian tiket masuk seharga Rp10.000. Pusat informasi ini dijaga oleh satu orang petugas. Tempat ini memiliki luas sekitar 4m² dengan kondisi yang bersih. Pusat informasi di objek wisata Kampong Vietnam dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Pusat informasi di objek wisata Kampong Vietnam

3) Tempat Karaoke

Fasilitas karaoke merupakan fasilitas tambahan yang berfungsi sebagai hiburan dengan menyediakan tempat dan peralatan untuk menyanyi bagi para pengunjung. Tempat karaoke ini menyediakan satu orang pemandu. Pengunjung boleh dengan bebas menggunakan fasilitas ini dengan tidak ditetapkannya harga dan lamanya waktu berkaraoke bagi pengunjung yang ingin menyanyi. Fasilitas ini juga menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang. Biasanya pengunjung yang datang secara rombongan akan menggunakan fasilitas ini untuk meningkatkan rasa

kekeluargaan dan bersenang-senang. Tempat karaoke di objek wisata Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Tempat karaoke di objek wisata Kampoeng Vietnam

4) Mushola

Mushola merupakan fasilitas pendukung pengembangan wisata yang digunakan sebagai tempat untuk beribadah. Adanya fasilitas mushola ini agar pengunjung objek wisata Kampoeng Vietnam yang beragama Islam dapat menunaikan ibadah shalat dengan nyaman saat waktu shalat telah tiba. Terdapat satu mushola di objek wisata Kampoeng Vietnam.

Mushola ini tidak berukuran terlalu besar, terbuat dari kayu dengan ruang shalat pria dan wanita yang terpisah. Mushola di objek wisata Kampoeng Vietnam dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Mushola di objek wisata Kampoeng Vietnam

Posisi mushola ini terletak dekat dengan pintu masuk dan pusat informasi, tempat wudhu juga berada dekat dengan mushola. Mushola di Kampong Vietnam menyediakan sajadah dan mukena agar memudahkan pengunjung yang tidak membawa alat salat.

5) Lahan Parkir

Fasilitas lahan parkir digunakan sebagai tempat pemberhentian dari kendaraan pengunjung, baik kendaraan beroda dua maupun empat atau lebih. Sehingga pengunjung objek wisata Kampong Vietnam dari dalam ataupun luar daerah dapat memarkirkan kendaraannya dengan baik. Lahan parkir di objek wisata Kampong Vietnam dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Lahan parkir di objek wisata Kampong Vietnam

Lahan parkir ini terletak di depan objek wisata Kampong Vietnam dengan kondisi area parkir masih berupa lahan bebas, apabila hujan maka lahan parkir akan licin dan sulit ditempati, posisi area parkir mobil juga miring mengikuti bentuk lahan. Lahan parkir motor memiliki luas sekitar 50m² bisa menampung sekitar 20 motor, sedangkan lahan parkir mobil sekitar 250m² bisa menampung sekitar 25 mobil. Tempat ini dijaga oleh 2 orang bertugas. Tarif parkir untuk kendaraan roda dua sebanyak Rp5.000,- sedangkan tarif parkir untuk kendaraan roda empat atau lebih Rp10.000,-.

6) Toilet

Fasilitas toilet digunakan sebagai tempat pembuangan kotoran . adanya fasilitas ini untuk membuat pengunjung merasa nyaman saat berada di objek wisata Kampong Vietnam. Ada tiga toilet di objek wisata Kampong Vietnam yang terletak di samping mushola, di restoran, dan di bawah spot foto. Toilet di objek wisata Kampong Vietnam dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Toilet di objek wisata Kampong Vietnam

Toilet wanita dan toilet pria dibuat terpisah untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung, kondisi air bersih dan selalu tersedia. Banyaknya penggunaan pada toilet membuat beberapa kunci pada toilet tidak berfungsi dengan baik.

7) Spot Foto

Spot foto merupakan fasilitas tambahan yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung, fasilitas ini digunakan pengunjung untuk berfoto-foto. Berbagai spot foto sudah disediakan oleh pihak objek wisata Kampong Vietnam untuk menambah keindahan dan kemudahan pengunjung dalam mengambil foto. Hal ini juga dilakukan untuk menambah daya tarik dan kenyamanan pengunjung. Spot foto di objek wisata Kampong Vietnam dapat dilihat pada Gambar 13.



Gambar 13. Spot foto objek wisata Kampoeng Vietnam

Beberapa spot foto yang tersedia berbentuk sarang burung, perahu kaca, diamond, dan ayunan. Pengambilan foto di spot foto ini tidak dikenakan biaya tambahan. Spot foto memiliki kondisi yang baik dan terawat, tempat ini dibangun pada tepi bukit agar pengunjung dapat mengambil foto pemandangan dari tempat yang lebih tinggi dan bagus.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Faktor- faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisata di objek wisata Kampoeng Vietnam Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung adalah biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan dan fasilitas.
2. Surplus konsumen objek wisata Kampoeng Vietnam di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung per individu per tahun sebesar Rp21.216.931,22. Sedangkan surplus konsumen per individu per kunjungan sebesar Rp116.262,88.
3. Nilai ekonomi objek wisata Kampoeng Vietnam di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung sebesar Rp9.550.181,704 per tahun.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Bagi pihak pengelola objek wisata Kampoeng Vietnam, diharapkan dapat melakukan pengembangan objek wisata, meningkatkan mutu pelayanan, melakukan perawatan fasilitas umum seperti toilet, mushola, kotak sampah, tempat bersantai dan tempat parkir. Serta dapat bekerjasama dengan pemerintah untuk memperbaiki akses transportasi ke tempat wisata, karena selain kendaraan pribadi belum ada transportasi umum yang melewati objek wisata Kampoeng Vietnam.

2. Bagi pemerintah, khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dan Kota Bandar Lampung diharapkan dapat meningkatkan fasilitas wisata di objek wisata Kampoeng Vietnam, bekerjasama dengan pihak pengelola untuk memperbaiki sarana dan prasarana untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung dalam berwisata.
3. Bagi peneliti yang lain, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut terkait valuasi ekonomi dengan metode lain di objek wisata Kampoeng Vietnam Kota Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, Shochrul R. 2011. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Salemba Empat. Jakarta.
- Armadinata, Rifki, dan Kancitra Pharmawati. 2019. Valuasi Nilai Ekonomi Wisata Pantai Sawarna Dengan Menggunakan Travel Cost Method. *Journal of Community Based Environmental Engineering and Management*, 3(2):49.
- Budi Setyawan, Titan, Achmad Fahrudin, dan Handoko Adi Susanto. 2020. Valuasi Ekonomi Wisata Memancing Di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan Contingent Valuation Method Dan Travel Cost Method. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(3):172–85.
- Chaerunissa, Shafira Fatma, dan Tri Yuniningsih. 2020. Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4):159–75.
- Dionanda, Argnes, dan Resza Pradipta. 2018. Analisis Nilai Ekonomi Kawasan Menggunakan Travel Cost Method (Tcm) Dan Contingen Valuation Method (Cvm) Untuk Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan Dengan Sig. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ermayanti, Ferra. 2012. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park Dengan Metode Biaya Perjalanan Dan Metode Valuasi Kontingensi. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Semarang.
- Fahrudin, Achmad, dan Agus Sadelie. 2022. Valuation of Mangrove Ecosystem Services in Aceh Timur. *Jurnal Ekonomi , Keuangan Dan Manajemen* , 18(3):480–91.
- Fahrudin, Adi. 2008. *Pemberdayaan Partisipasi & Penguatan Kapasitas Masyarakat*. Humaniora. Bandung.
- Faqih, M. 2013. *Analisis Gender Dan Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Fauzi, A. 2014. *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan Teori Dan*

Aplikasi. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Fitriana, Vanna, Zainal Abidin, dan Teguh Endaryanto. 2017. Estimasi Permintaan Dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. *Jiia*, 5(3):2017.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gilarso. 2017. *Ilmu Ekonomi Mikro:Teori Permintaan*. Angkasa Bhakti. Semarang.
- Handayani, Rani. 2017. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Amal Di Kota Tarakan. *Skripsi*. Universitas Borneo Tarakan. Tarakan.
- Hardiyanti, Nanin, and Slamet Subari. 2020. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *Agriscience*, 1(1):124–37.
- Hasanah, Miftahul, and Alpon Satrianto. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Ke Objek Wisata Komersial "Di Sumatera"Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(3):931.
- Hasibuan, Bernard. 2014. Valuasi Ekonomi Lingkungan Nilai Gunaan Langsung Dan Tidak Langsung Komoditas Ekonomi. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(2):113–26.
- Heryati, Yati. 2019. Potensi Pengembangan Objek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1):56–74.
- Hidayati, Ruti Nurul, Ribut Lupiyanto, and Nurhasanah. 2023. Valuasi Lingkungan TCM Di Bogor Mini Zoo Kota Bogor. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 7(1):71–81.
- Hidayatullah, Abdul Haris. 2017. Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Bakalembang Kabupaten Malang dengan Tavel Cost Method. *Skripsi*. Universitas Jember. Jember.
- Huda, Amalia, Zainal Abidin, and Novita Rosanti. 2022. Valuasi Ekonomi Pada Wisata Alam Curug Gangsa Di Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan Dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(3):1259–72.
- Hufschmidt. 1996. *Lingkungan Sistem Alami Dan Pembangunan (Pedoman Penilaian Ekonomis)*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Igunawati, Diana. 2010. Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- IMP, Rusmusi, and Indira Arijanto Putra. 2018. Analisis Valuasi Ekonomi Kawasan Kebun Raya Baturraden. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3(2):347–57.
- Indriantoro, Nur, and Bambang. 2018. *Metodologi Penelitian Dan Bisnis*. BPFE. Yogyakarta.
- Kaplan, M. Robert, and Dennis P. Saccuzzo. 2013. *Pengukuran Psikologi : Prinsip, Penerapan, Dan Isu*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Kemenkes. 2009. *Klasifikasi Umur Menurut Kategori*. Departemen Kementrian Kesehatan. Jakarta.
- Khoirudin, Rifki, and Uswatun Khasanah. 2018. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(2):152–66.
- Lasmana, Andrian Dwiky. 2022. Estimasi Manfaat Ekonomi Objek Wisata Museum Geologi, Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Aplikasi Travel Cost Method. *Parahyangan Economic Development Review (PEDR)*, 1(1):63–72.
- Marsono. 2016. *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan, Dan Sosial Budaya*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta
- Notoatmodjo. 2003. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta
- Novita, Susan, Zainal Abidin, and Eka Kasymir. 2022. Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Wisata Taman Keaneekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 10(2):217–24.
- Prayogo, R. 2018. *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif: Pemasaran*. PT. Lontar Digital Asia. Jakarta
- Pusat Statistika, Badan. 2020. *Nama Objek Wisata Di Kota Bandar Lampung*. Badan Statistik. Bandar Lampung.
- Rahardja, P., and M. Mandala. 2014. *Teori Ekonomi: Suatu Pengantar Edisi Keempat*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. Jakarta.
- Ramlan, Asrul Rahadi, Andi Amri, Hamzah, Amiluddin, and M. Chasyim Hasani. 2021. Valuasi Ekonomi Wisata Bahari Di Pantai Marina Kabupaten Bantaeng Economic Valuation of Marina Beach, Bantaeng Regency. *Torani: J.MFishSci*, 26(1):70–77.
- Ritonga, I. 2013. *Perencanaan Dan Penganggaran Keuangan Daerah Di Indonesia*. Sekolah Pascasarjana UGM. Yogyakarta

- Sabet, Fia Birtha Al Sabet, and Wibowo Pungki Ari. 2022. Valuasi Ekonomi Sumber daya Pesisir Dan Laut Dalam Kebijakan Penataan Ruang Wilayah Pesisir Dan Laut. *OECOMICUS Journal of Economics*, 6(2):74–85.
- Santoso, S. 2015. *SPSS20 Pengolahan Data Statistik Di Era Informasi*. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta
- Siew, KM, MR Yacob, A. Radam, A. Adamu, and EF Alias. 2015. Estimating Willingness to Pay for Wetland Conservation: A Contingent Valuation Study of Paya Indah Wetland, Selangor Malaysia. *Procedia Environmental Science Journal*, 3(2):268–72.
- Sinaga, S. 2016. *Potensi Dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Subardin, M., and M. Komri Yusuf. 2011. Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(2):81–89.
- Sugiharti, Rr Retno Retno, Fitrah Sari Islami, and Yulida Army Nurcahaya. 2019. Kajian Valuasi Ekonomi Objek Wisata Sekar Langit Kabupaten Magelang Dengan Pendekatan Travel Cost Method. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 3(2):221–29.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukwika, Tatan, and Hendrietta Kasih. 2020. Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2):285.
- Sukwika, Tatan, and Fitra Rahmatulloh. 2021. Penilaian Taman Wisata Alam Situ Gunung Sukabumi: Penerapan Tcm. *Jurnal Pariwisata*, 8(2):80–89.
- Suparmoko. 2018. *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan (Suatu Pendekatan Teoritis)*. BPFE. Yogyakarta.
- Susilowati, Mutiara Indah. 2009. Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Tsania, A., and Farih Aulia. 2019. ANALISIS VALUASI EKONOMI WISATA ALAM MELALUI TRAVEL COST METHOD (Studi Kasus: Wisata Alam Teluk Ijo, Kecamatan Pesanggaran, Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Ilmiah*, 1–13.
- University, Binus. 2022. Inilah 6 Tren Wisata Di Masa Pandemi. Retrieved (<https://binus.ac.id/2022/04/inilah-6-tren-wisata-di-masa-pandemi/>). [diakses

30 Juli 2023].

- Weriantoni. 2020. Pengaruh Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Kapalo Banda Kabupaten Limapuluh Kota Terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan Dengan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Bussiness Law Binus*, 7(2):33–48.
- Wibowo, Muhammad Teguh, Zainal Abidin, and Lina Marlina. 2021. Economic Valuation With Travel Cost Method (Tcm) Slanik Waterpark South Lampung District. *Journal of Community Based Environmental Engineering and Management*, 5(1):1–8.
- Yasin, Muhammad, and Joko Priyono. 2016. Analisis Faktor Usia, Gaji Dan Beban Tanggungan Terhadap Produksi Home Industri Sepatu Di Sidoarjo (Studi Kasus Di Kecamatan Krian). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1):95–120.
- Yoeti, Oka. 2008. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita. Jakarta.