

**ESTIMASI NILAI EKONOMI WISATA DENGAN MENGGUNAKAN  
*TRAVEL COST METHOD*  
(Studi Kasus: Pantai Mutun, Kabupaten Pesawaran)**

(Skripsi)

Oleh

**GHIRRID FARRAS NATACIA**



**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

**ESTIMASI NILAI EKONOMI WISATA DENGAN MENGGUNAKAN  
*TRAVEL COST METHOD*  
(Studi Kasus: Pantai Mutun, Kabupaten Pesawaran)**

**Oleh**

**GHIRRID FARRAS NATACIA**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA EKONOMI PEMBANGUNAN**

**Pada**

**Jurusan Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

## ABSTRAK

### ESTIMASI NILAI EKONOMI WISATA DENGAN MENGGUNAKAN *TRAVEL COST METHOD* (Studi Kasus: Pantai Mutun, Kabupaten Pesawaran)

Oleh  
Ghirrid Farras Natacia

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai ekonomis Pantai Mutun, dan mengetahui faktor-faktor penentu yang mempengaruhi kecenderungan wisatawan untuk mengunjungi Pantai Mutun. Variabel dalam penelitian ini adalah biaya perjalanan, pendapatan, tingkat pendidikan, persepsi pengunjung, lokasi wisata, dan daya tarik wisata Pantai Mutun, dan perhitungan nilai ekonomi Pantai Muntun dihitung menggunakan *travel cost method* (TCM). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Pantai Mutun yang berjumlah 33.000 orang. Metode yang digunakan untuk penentuan sampel adalah dengan metode *purposive sampling* dan sampel yang diperoleh dengan rumus Lameshow adalah 116 pengunjung Pantai Mutun. Analisis data menggunakan analisis pengaruh dengan SPSS 26 sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai ekonomi total dari wisata Pantai Mutun sebesar Rp 5.788.474.503,-per tahun. Selain itu hasil uji pengaruh menghasilkan bahwa variabel biaya perjalanan, pendapatan, persepsi pengunjung, dan daya tarik memiliki pengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Mutun, sementara pada variabel pendidikan dan lokasi wisata tidak memiliki pengaruh terhadap jumlah pengunjung Pantai Mutun.

**Kata Kunci:** *Travel Cost Method*, Beban Perjalanan, Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, Persepsi Pengunjung, Daya Tarik Wisata, Daya Pikat, dan Jumlah Pengunjung.

## **ABSTRACT**

### **ESTIMATING THE ECONOMIC VALUE OF TOURISM USING TRAVEL COST METHOD (Case Study: Mutun Beach, Pesawaran Regency)**

**By  
Ghirrid Farras Natacia**

*This research aims to calculate the economic value of Mutun Beach, and determine the determining factors that influence tourists' tendency to visit Mutun Beach. The variables in this research are travel costs, income, education level, visitor perceptions, tourist locations and tourist attractions of Mutun Beach, and the economic value of Muntun Beach is calculated using the travel cost method (TCM). The population in this study was Mutun Beach visitors, totaling 33,000 people. The method used to determine the sample was the purposive sampling method and the sample obtained using the Lameshow formula was 116 visitors to Mutun Beach. Data analysis uses influence analysis with SPSS 26 as an analysis tool. The research results show that the total economic value of Mutun Beach tourism is IDR 5,788,474,503 per year. Apart from that, the results of the influence test show that the variables of travel costs, income, visitor perceptions and attractiveness have an influence on the number of tourist visits to Mutun Beach, while the variables of education and tourist location have no influence on the number of visitors to Mutun Beach.*

**Keywords: Travel Cost Method, Travel Expenses, Income Level, Education Level, Visitor Perception, Tourist Attraction, Allure, and Number of Visitors**

Judul Skripsi : **ESTIMASI NILAI EKONOMI WISATA  
DENGAN MENGGUNAKAN *TRAVEL COST*  
METHOD (STUDI KASUS : PANTAI MUTUN,  
KABUPATEN PESAWARAN)**

Nama Mahasiswa : **Ghirrid Farras Natacia**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1851021012**

Program Studi : **S1 Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Dedy Yuliawan, S.E., M.Si.**  
NIP. 197707292005011001

**2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan**

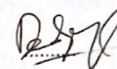
**Dr. Neli Aida, S.E., M.Si**  
NIP. 19631215 1989032002



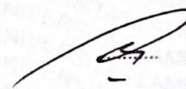
**MENGESAHKAN**

## 1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Dedy Yuliawan, S.E., M.Si.



Penguji Utama : Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E.



Penguji Kedua : Dr. Arivina Ratih Yulihar Taher, S.E., M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairohi, SE., M.Si.  
NIP. 19660621 199003 1003Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **22 September 2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka, saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai yang berlaku.

Bandar Lampung, 16 Oktober 2023

Penulis



**Ghirrid Farras Natacia**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 26 Februari 2000 dengan nama lengkap Ghirrid Farras Natacia sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Umeri dan Ibu Herum Fajarwati. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2012. Kemudian penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP IT Ar-Raihan pada tahun 2015, dan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Bandar Lampung pada tahun 2018.

Pada tahun 2018, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur seleksi mandiri (SMMPTN). Pada Januari 2021, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa 355 Taman Negeri Kec. Way Bungur, Lampung Timur selama 40 hari. Penulis juga mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat antara lain Desa Binaan (Desbin) BEM FEB Unila di Desa Poncorejo Kabupaten Pesawaran Tahun 2019. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti beberapa kegiatan organisasi yaitu Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) FEB Unila (2018-2019) dan Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (Himepa) Unila (2018-2019).



## MOTTO

*“ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan ”*

*(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)*

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
(Q.S. Al-Baqarah: 286)*

*“Tidak ada yang akan menuai kecuali apa yang mereka tabur”  
(Q.S. Al-An'am: 164)*

*“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung”  
(Q.S. Ali Imran: 173)*

*“However difficult life may seem, there is always something you can do and succeed at”  
(Stephen Hawking)*

*“Action is the Foundational key to all success”  
(Pablo Picasso)*

## **PERSEMBAHAN**

### *Alhamdulillahirobbil'alamin*

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Karya ini kupersembahkan kepada:

**Ayahanda Umeri dan Ibunda Herum Fajarwati**

Terima kasih selalu menjadi motivasi ku untuk lulus, selalu menjadi alasan ku untuk menjadi lebih baik. Terima kasih atas jasa-jasa, doa, dukungan dan perjuangan yang telah kalian berikan dan Terimakasih atas kasih sayang tak terhingga yang telah kalian berikan hingga saya bisa sampai di tahap ini. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan di dunia maupun akhirat, Aamiin.

**Seluruh keluarga besar**

yang selama ini memberikan doa, nasihat dan motivasi yang tiada henti.

**Almamaterku, Universitas Lampung**

## SANWACANA

*Bismillahirrohmaanirrohiim,*

Puji Tuhan penulis ucapkan kepada Allh SWT yang telah menyertai penulis dengan segala berkat dan kemurahan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Estimasi Nilai Ekonomi Wisata Dengan Menggunakan *Travel Cost Method* (Studi Kasus : Pantai Mutun, Kabupaten Pesawaran)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pembangunan pada Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Lampung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Secara khusus, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Dedy Yuliawan, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan perhatian, dukungan, motivasi, semangat dan sumbangan pemikiran kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.

4. Ibu Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E. dan Ibu Dr. Arvina Ratih Yulihar Taher, S.E., M.M. selaku Dosen Pembahas atas bimbingan, ilmu yang bermanfaat, saran, dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang bermanfaat.
6. Orangtuaku tercinta, Ayahanda Umeri, S.P. dan Ibunda Ir. Herum Fajarwati, S.P., M.M. terima kasih atas kasih sayang, doa, dukungan, perhatian, dan segala yang telah kalian berikan kepada penulis. Semoga kelak penulis dapat menjadi kebanggaan keluarga.
7. Kakak-kakakku, Ice Norawati, S.E. , dr. Lingga Pradipta, Sp.A. , Bagus Prio Sambodo, S.E. terima kasih telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa, serta menjadi pemacu semangatku. Semoga kelak penulis dapat membahagiakan serta membalas kebaikan kalian.
8. Seluruh keluarga besarku yang memberikan semangat, dukungan, bantuan, serta doa.
9. Orang-orang terdekatku, Ryan Darmawan, S.Tr.Im. dan Talitha Nahda Enggrasia, S.M. Terimakasih atas dukungan dan motivasi selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat-sahabatku, Sekar, Naya, Fanny, Jihan, Ami, Lana, Mila, Putri, Dinda, Eca, Isel, Nana, Melan dan Salsa. Terima kasih atas doa, dukungan, motivasi, dan bantuan selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku, Dicky, Marsyalino, Pandi, Varel, dan Bagus. Terima kasih telah memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi.

12. Sahabat-sahabat SMA ku, Saras, Feranza, dan Bima. Terima kasih atas doa dan dukungannya.
13. Seluruh teman-teman Ekonomi Pembangunan 2018 yang telah kebersamai, saling mendukung selama proses perkuliahan, dan sukses untuk kalian semua.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya. Atas bantuan dan dukungannya, penulis mengucapkan terima kasih, semoga mendapat balasan dan berkah dari Allah SWT.
15. Teman-teman KKN Desa 355 Taman Negeri, Terimakasih untuk 40 hari dengan kompak dan penuh cerita.
16. Seluruh staff Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terimakasih atas bantuan dan arahan selama penulis menjalani masa perkuliahan.
17. Alamamaterku tercinta Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga besar harapan penulis akan kritik dan saran guna menyempurnakan penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, 16 Oktober 2023

Penulis,

**Ghirrid Farras Natacia**



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Pembangunan Ekonomi .....	16
2.1.2 Permintaan .....	17
2.1.2.1 Komponen Permintaan .....	18
2.1.2.2 Permintaan Pariwisata .....	21
2.1.3 Ekonomi Lingkungan .....	25
2.1.4 Jasa Lingkungan .....	25
2.1.5 Pariwisata.....	28
2.1.5.1 Definisi Pariwisata.....	28
2.1.5.2 Objek dan Daya Tarik Wisata .....	28
2.1.5.3 Potensi Pariwisata.....	30
2.1.6 Pengembangan Pariwisata (Wisata Bahari).....	31
2.1.7 Ekosistem Pariwisata .....	34
2.1.8 <i>Travel Cost Method</i> .....	36
2.1.9 Pendapatan .....	36
2.1.10 Tingkat Pendidikan .....	37
2.1.11 Presepsi Pengunjung.....	38
2.1.12 Lokasi Wisata .....	39
2.1.13 Daya Tarik Wisata .....	39
2.2 Tinjauan Empiris .....	40
2.3 Kerangka Pemikiran .....	43
2.4 Hipotesis .....	46
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>47</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	47
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	47
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.3.1 Populasi.....	48

3.3.2 Sampel .....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.4.1 Kuesioner .....	49
3.4.2 Dokumentasi .....	50
3.5. Definisi Variabel Penelitian .....	50
3.6 Uji Kualitas Data .....	53
3.6.1 Uji Validitas .....	53
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7 Metode Analisis Data .....	56
3.7.1 Analisis <i>Travel Cost Methods</i> (TCM) .....	56
3.7.2 Uji Parsial (Uji t).....	58
3.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	61
4.1.1 Kabupaten Pesawaran .....	61
4.1.2 Lokasi Wisata Pantai Mutun .....	62
4.2 Karakteristik dan Persepsi Responden .....	62
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	63
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	64
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	64
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	65
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	65
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	66
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengetahui Kawasan Wisata .....	67
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Datang .....	67
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung .....	68
4.2.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Transportasi yang Digunakan	69
4.3 Uji Kualitas Instrumen .....	69
4.3.1 Uji Validitas .....	69
4.3.2 Uji Realibitas .....	70
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.1 Uji Normalitas.....	70
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	71
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	71
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
4.6 Perhitungan Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Mutun .....	74
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
4.7.1 Uji T (Uji Parsial) .....	76
4.7.2 Uji F .....	78
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79
4.8 Pembahasan .....	79
4.8.1 Pengaruh Biaya Perjalanan terhadap Jumlah Kunjungan .....	79
4.8.2 Pengaruh Pendapatan terhadap Jumlah Kunjungan.....	80
4.8.3. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Jumlah Kunjungan.....	82

4.8.4. Pengaruh Persepsi Pengunjung terhadap Jumlah Kunjungan.....	83
4.8.5. Pengaruh Lokasi Wisata terhadap Jumlah Kunjungan .....	84
4.8.6. Pengaruh Daya Tarik terhadap Jumlah Kunjungan .....	85
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Obyek Wisata di Kabupaten Pesawaran, Lampung.....	6
Tabel 2 Penelitian terdahulu.....	40
Tabel 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	63
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	63
Tabel 5 Kriteria responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	64
Tabel 6 Kriteria responden berdasarkan status perkawinan.....	64
Tabel 7 Kriteria responden berdasarkan pekerjaan.....	65
Tabel 8 Kriteria responden berdasarkan pendapatan perbulan .....	66
Tabel 9 Kriteria responden berdasarkan jumlah tanggungan.....	66
Tabel 10 Kriteria responden berdasarkan lama mengetahui kawasan wisata .....	67
Tabel 11 Kriteria responden berdasarkan tujuan datang.....	68
Tabel 12 Kriteria responden berdasarkan jumlah berkunjung .....	68
Tabel 13 Kriteria responden berdasarkan transportasi yang digunakan .....	69
Tabel 14 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 15 Hasil Uji Realibitas .....	70
Tabel 16 Hasil Uji Normalitas .....	71
Tabel 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	72
Tabel 19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 20 Hasil Uji Regresi Variabel Biaya Perjalanan.....	75
Tabel 21 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	76
Tabel 22 Hasil Uji F .....	78
Tabel 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2017-2021 .	3
Gambar 2 Jumlah Wisatawan Ke Provinsi Lampung .....	5
Gambar 3 Jumlah Wisatawan Pantai Mutun Tahun 2018-2021 .....	8
Gambar 4 Kurva Surplus Konsumen .....	35
Gambar 5 Kerangka Pemikiran.....	44



## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah perjalanan sementara dari satu tempat ke tempat lain yang direncanakan dari lokasi yang berbeda dengan satu-satunya tujuan menikmati perjalanan tersebut untuk kesenangan dan rekreasi guna memenuhi berbagai kebutuhan. Pariwisata tidak berkaitan dengan berbisnis atau mencari nafkah di tempat tujuan. Menurut UU No. 10 Tahun 2009, pembangunan nasional yang sistematis memasukkan pariwisata sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan komponen kunci. Perencanaan, integrasi, keberlanjutan, dan tanggung jawab semua terlibat dalam kegiatan ini, serta pertimbangan terus-menerus untuk kepentingan nasional serta nilai-nilai agama, budaya, dan lingkungan.

Menurut Yoeti (1996) Istilah "pariwisata" dan "wisatawan" berasal dari bahasa Sansekerta, di mana "pari" menunjukkan konsep "banyak" atau "pergi", dan "wisata" berarti "pergi" atau "berpergian" Oleh karena itu, perjalanan reguler dari satu lokasi ke lokasi lain dapat dianggap sebagai pariwisata. Dalam bentuk jamak, pariwisata dapat disebut sebagai "kepariwisataan".

Beberapa negara telah memperkuat industri pariwisata mereka sebagai respons terhadap proyeksi bahwa perjalanan dan pariwisata akan menjadi sektor terbesar dalam ekonomi global pada abad ini. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menugaskan Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) untuk menyelesaikan berbagai masalah terkait pariwisata.

Organisasi UNWTO secara utama berfokus pada sektor perjalanan dan pariwisata. Semua negara anggotanya sekarang menggunakan gagasan pariwisata berkelanjutan yang diperkenalkan oleh UNWTO. Pariwisata berkelanjutan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan keterlibatan masyarakat lokal dan

pemerintah dalam pengelolaan sumber daya, dengan tujuan memenuhi persyaratan ekonomi, sosial, dan estetika, sekaligus menjaga tradisi budaya, ekosistem alam, keanekaragaman hayati, serta sistem pendukung penting lainnya. . Konsep ini memiliki potensi untuk diimplementasikan di berbagai tujuan wisata, baik lokal maupun skala besar, yang terletak di daerah perkotaan maupun pedesaan. Selanjutnya, penerapan konsep ini melibatkan kolaborasi badan pemerintah dan organisasi komersial, sebagaimana dinyatakan oleh Departemen Pariwisata dan Pembangunan Ekonomi negara Indonesia pada tahun 2021.

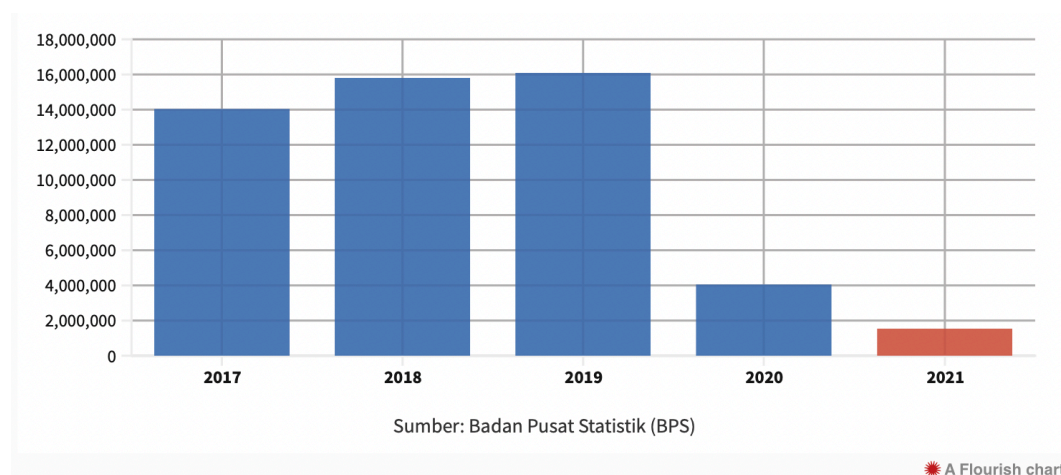
Indonesia, sebagai negara kepulauan, memiliki sumber daya alam yang melimpah, menjadikannya tujuan wisata yang sangat dicari baik oleh pengunjung lokal maupun mancanegara. Daya tarik alam di negara ini termasuk berbagai sumber daya alam seperti pemandangan, pemandangan laut, pantai, danau, air terjun, taman nasional, lokasi agrowisata, gunung berapi, flora, dan fauna. Selain itu, Indonesia memiliki daya pikat struktur arsitektural, seperti Taman Mini Indonesia Indah, Kota Terlarang di China, Big Ben di London, Jam Gadang di Bukittinggi, dan rumah adat dengan arsitektur khas. Objek wisata budaya meliputi bangunan bersejarah, cerita rakyat, tarian tradisional, museum, upacara keagamaan, festival seni, dan lainnya. Terakhir, objek wisata sosial melibatkan kegiatan sosial dan pengamatan tentang cara hidup masyarakat lokal, bahasa-bahasa yang digunakan, tradisi pernikahan, upacara potong gigi, dan ritus khitan (Yoeti, 1996).

Indonesia menghasilkan berbagai keindahan alam dan makhluk yang menjadi daya tarik wisata populer karena topografinya yang tropis dan kepulauan (Prmono et al., 2017). Negara ini memiliki beragam destinasi pariwisata. Diperlukan banyak usaha untuk memaksimalkan potensi pariwisata di Indonesia.

Kementerian Perhotelan dan Industri Kreatif Indonesia (Kemenparekraf/Baparekraf) terus berusaha meningkatkan pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di negara tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan adalah penyusunan kebijakan untuk pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Pembangunan industri pariwisata memiliki peran penting dalam berbagai aspek.

Aspek ekonomi pariwisata adalah faktor penting. Melalui penerimaan devisa dan aktivitas ekonomi, sektor pariwisata baru-baru ini berkontribusi signifikan terhadap output ekonomi negara (PDB). Hal ini membuka peluang usaha baik secara langsung maupun tidak langsung bagi perusahaan pariwisata, sehingga menciptakan lebih banyak kesempatan kerja. Dalam beberapa tahun terakhir, industri pariwisata bahkan telah menempati posisi keempat atau kelima dalam hal pemasukan devisa bagi negara (Yahya, 2015).

Pemerintah telah menetapkan target yang ambisius untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik menjadi 275 juta dan wisatawan mancanegara menjadi 20 juta. Karena potensi sektor pariwisata, pemerintah telah meningkatkan alokasi dana untuk mencapai tujuan utama pembangunan pariwisata. Oleh karena itu, sektor pariwisata diakui sebagai salah satu dari lima sektor ekonomi unggulan di Indonesia (Yahya, 2015).



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022.

Gambar 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2017-2021

Data kedatangan wisatawan asing dari Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik) terlihat pada Gambar 1 bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia meningkat dari waktu ke waktu. Kedatangan wisman naik dari 13,9 juta pada 2017 menjadi 15,8 juta pada 2018, lalu 16,1 juta pada 2019. Namun, akibat wabah Covid-19 yang melanda seluruh dunia, termasuk Indonesia, jumlah kunjungan wisman turun drastis menjadi 1,65 juta pada tahun 2020.

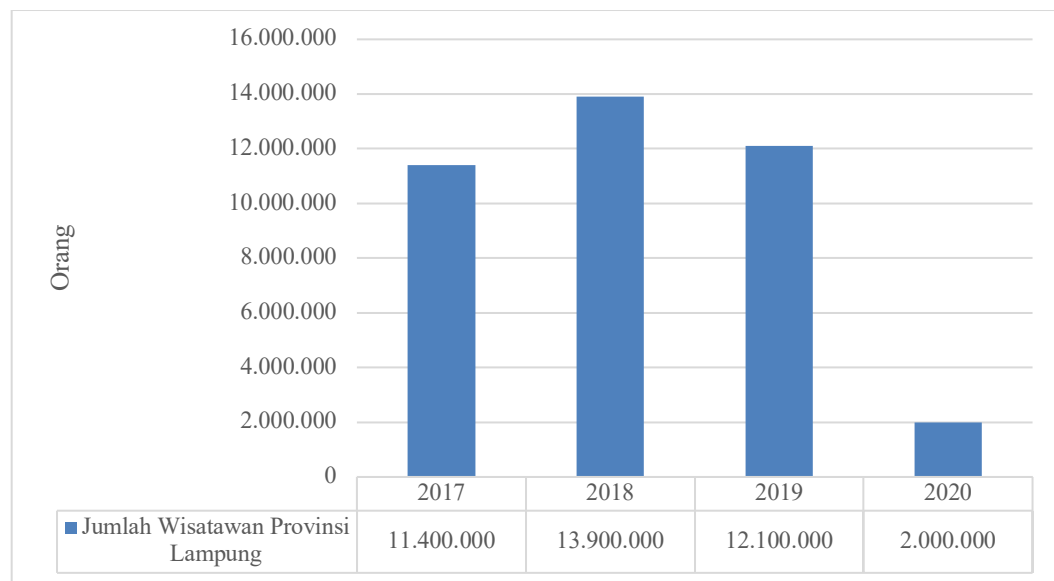
Karena minat alami masyarakat terhadap berbagai peristiwa dan keadaan dalam berbagai aspek kehidupan dan sekitarnya, pariwisata di Indonesia telah berkembang dan berkembang dari waktu ke waktu. Beberapa inisiatif telah dilakukan untuk mendorong pertumbuhan bisnis pariwisata, antara lain menawarkan pilihan penginapan yang memadai, mempromosikan perjalanan, mempermudah perjalanan, memperluas dan mengembangkan destinasi wisata, serta memproduksi produk baru. Inisiatif ini telah dipraktikkan di sejumlah industri terkait wisata, termasuk wisata pesisir dan laut.

Salah satu kemungkinan yang dapat dimanfaatkan dan dinikmati melalui udara yang bersih dan pemandangan alam yang indah adalah wisata pantai dan bahari. Telah terjadi perubahan substansial, khususnya di industri pariwisata, sebagai akibat dari proliferasi operasi ekowisata di lingkungan maritim. Wisata pantai dan bahari, menurut Damaryanti (2021), Oleh karena itu, Indonesia harus berkonsentrasi pada pertumbuhan pariwisata pesisir dan laut di hampir semua wilayahnya.

Dengan luas laut lebih dari 3,1 juta km<sup>2</sup> dan total garis pantai sepanjang 80.000 km, Indonesia memiliki potensi maritim yang sangat besar. Selain itu, menurut perkiraan konservatif, Indonesia memiliki terumbu karang seluas sekitar 50.875 km<sup>2</sup>, yang mencakup 51% terumbu karang di Asia Tenggara dan 18% (284.300 km<sup>2</sup>) di seluruh dunia. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan wisata bahari. Segitiga karang yang terdiri dari berbagai negara antara lain Indonesia, Malaysia, Timor Leste yang merupakan bagian dari Filipina, Republik Papua Nugini, dan Kepulauan Solomon, menjadi terpusat di Indonesia. Indonesia, terutama Manado, adalah tempat Sekretariat Prakarsa Segitiga Terumbu Karang berada. Oleh karena itu, pariwisata bahari menjadi prioritas utama dalam pengembangan industri pariwisata tanah air. Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang berupaya meningkatkan wisata pesisir dan bahari.

Mengingat letaknya yang dekat dengan Laut Jawa dan Selat Sunda, Provinsi Lampung berfungsi sebagai titik masuk dan keluar utama dari Pulau Sumatera ke Pulau Jawa. Secara khusus, Prov. Lampung mempunyai daya potensi wisata yang

cukup besar dan sedang dalam pengembangan. Hal ini disebabkan Provinsi Lampung memiliki berbagai wilayah pesisir dan pegunungan, merupakan pintu gerbang Pulau Sumatera, serta memiliki kondisi alam yang mendukung pariwisata. Agar lingkungan memberikan dampak positif yang lebih kuat terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat di dalam dan di luar kawasan pariwisata, maka harus dimanfaatkan dan dikelola secara optimal. Jumlah pengunjung Provinsi Lampung digambarkan dalam grafik di bawah ini.



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Lampung

Gambar 2 Jumlah Wisatawan Ke Provinsi Lampung

Peningkatan dan penurunan pengunjung ditunjukkan pada Gambar 1.2 grafik jumlah wisatawan di Provinsi Lampung dari tahun 2017 hingga 2020. Sebanyak 11,4 juta wisatawan mengunjungi Provinsi Lampung pada tahun 2017, 13,9 juta pada tahun 2018, 12,1 juta pada tahun 2019, dan 2 juta melakukannya pada tahun 2020 sebagai akibat dari pandemi Covid-19.

Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang masuk dalam daftar Daerah Tujuan Wisata (DPD) Provinsi Lampung. Daerah Tujuan Wisata (DPD) Provinsi Lampung yang pertama meliputi Kabupaten Pesawaran. Salah satu penopang utama perekonomian di Kabupaten Pesawaran adalah industri pariwisata. Perluasan usaha wisata sedang ditekankan oleh Pemerintah Kabupaten Pesawaran, sejalan dengan Peraturan Daerah Kabupaten Pesawaran Nomor 35 Tahun 2017 tentang Pengelolaan Kawasan Obyek Wisata



Bahari di Kabupaten Pesawaran. Capaian Kabupaten Pesawaran wilayah dengan tingkat kunjungan wisata tertinggi ketiga pada tahun 2021, setelah Kota Bandar Lampung dan Kabupaten Lampung Selatan (Purnomo et al., 2019) antara lain: menunjukkan keunggulan industri pariwisata di sana. Untuk memprioritaskan pariwisata sebagai elemen utama pertumbuhan, Kabupaten Pesawaran telah menetapkan tujuan untuk menjadikan Lampung sebagai tujuan wisata unggulan, sehingga memajukan daerah dan memupuk kesejahteraan. Tujuan ini sejalan dengan Strategi Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) 2005–2025 atau Peraturan Daerah Kabupaten Pesawaran Nomor 23 Tahun 2011, yang menitikberatkan pada Rencana Induk Pengembangan dan Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA). Fokus pembahasan ini adalah Provinsi Lampung pada tahun 2019. Tujuan tersebut secara eksplisit tertuang dalam visi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJM) Lampung Cepat Sejahtera 2019. Yang didalamnya memuat target pembangunan selama lima tahun. Rencana tersebut berjalan dari tahun 2015 hingga tahun 2019. Selanjutnya informasi kunjungan wisatawan Kabupaten Pesawaran selama lima (lima) tahun sebelumnya berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS). Banyak tempat wisata pantai di Kabupaten Pesawaran yang dikelola oleh penduduk setempat. Itulah beberapa tempat wisata di Kabupaten Pesawaran.

Tabel 1 Obyek Wisata di Kabupaten Pesawaran, Lampung.

No	Nama Obyek Wisata
1	Pantai Mutun
2	Pantai Sari Ringgung
3	Pantai Klapa Rapet
4	Pantai Tangkil
5	Pantai Queen Arta
6	Pantai Dewi Mandapa
7	Pantai Marine Echo Park
8	Pulau Kelagian
9	Pantai Batu Mandi
10	Pantai Cuku Upas
11	Pantai Sekar Warna
12	Pulau Pahawang
13	Pulau Tegal Mas

*Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Lampung*

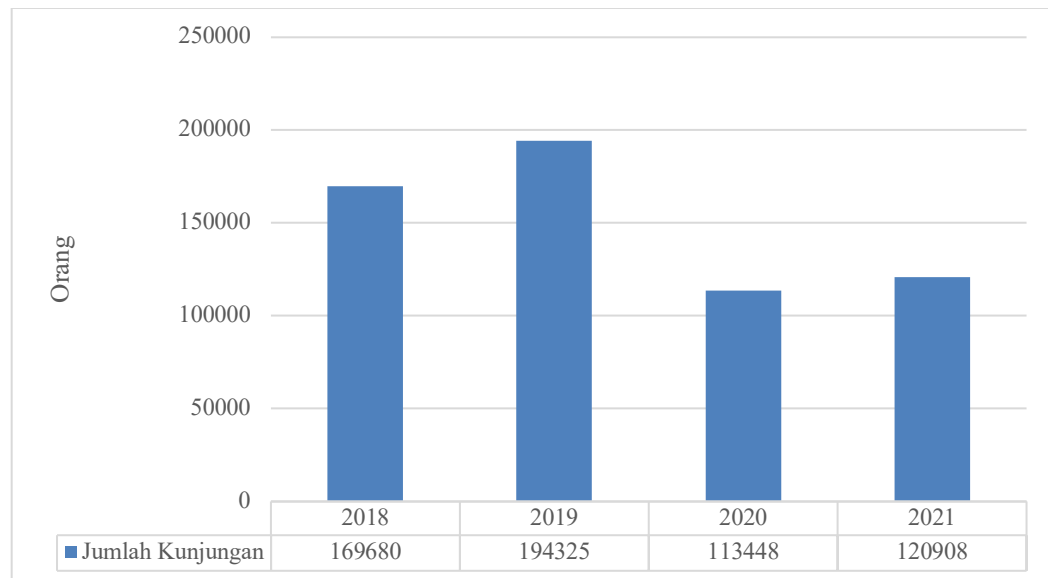
Karena lokasinya yang berada di pesisir dan tersedianya pantai pasir putih, Kabupaten Pesawaran memiliki industri wisata pantai yang berkembang pesat yang menawarkan kenikmatan visual bagi para pengunjung.

Di Desa Sukajaya Lempasing, Kecamatan Padang Cermin, dan Kabupaten Pesawaran, terdapat sebuah destinasi wisata bernama Pantai Mutun. Kemudahan dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh aksesibilitas dan kondisi jalan. Kemungkinan, wisatawan tidak akan pergi ke tujuan wisata jika sulit untuk sampai ke sana (Wiseza, 2017). Pantai Mutun berlokasi strategis karena Bus tersedia untuk membawa Anda ke sana hanya berjarak 25 km dari Kota Bandar Lampung, mobil dalam waktu sekitar 45 menit. Pepohonan yang ditempatkan dengan baik berjejer di kedua sisi jalan yang mengarah ke Pantai Mutun. Di jalan utama, terdapat papan petunjuk arah Pantai Mutun.

Destinasi favorit wisatawan adalah Pantai Mutun karena pemandangan alamnya yang memikat dan aksesibilitas yang mudah. Tidak mengherankan jika Pantai Mutun menarik ratusan orang setiap hari. Karena dikelilingi perbukitan, pantai ini menawarkan suasana laut yang tenang. Karena perlindungan gugusan pulau yang tertutup bukit, laut di Teluk Lampung relatif jernih dan tidak berombak. Pengunjung bisa menyelam atau snorkeling untuk melihat biota laut yang indah dan ikan berwarna-warni.

Pantai Mutun juga masuk dalam Rencana Pokok bahasan berkaitan dengan Rencana Geografis Wilayah (RTRW) khususnya terkait kawasan pariwisata Provinsi Lampung 2019–2024 sebagai Daerah Tujuan Wisata (DPD) dalam Kawasan Strategis Wisata Pesisir (KSPD) Teluk Betung–Pesawaran di Kota Bandar Lampung dan Pesawaran Kabupaten (Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, 2022). Hal ini menunjukkan perlunya pengembangan destinasi wisata pantai di Provinsi Lampung, khususnya Pantai Mutun, untuk menjawab kesulitan strategis yang dihadapi Dalam rangka memajukan industri pariwisata Lampung secara komprehensif, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Budaya Provinsi Lampung. Sambil mempertimbangkan kualitas khas dari setiap lokasi

wisata pantai, termasuk Pantai Mutun, penting untuk menentukan teknik pertumbuhan yang tepat dan membuat target dan tujuan.



Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, 2022.

Gambar 3 Jumlah Wisatawan Pantai Mutun Tahun 2018-2021

Berdasarkan data yang disajikan di atas, jumlah pengunjung Pantai Mutun dari tahun 2018 hingga 2021 menunjukkan bahwa tahun 2019 mengalami jumlah pengunjung terbanyak, sedangkan tahun 2020 mengalami jumlah pengunjung terendah. Pasalnya, banyak wisata yang dibatalkan oleh pemerintah untuk menghentikan Covid-19 di tahun 2020, saat puncak pandemi tercapai.

Fluktuasi jumlah pengunjung setiap tahunnya ke Pantai Mutun jelas berdampak pada industri di sana yang dipaksa untuk memperjuangkan citra destinasi yang lebih baik dalam upaya mempertahankan pengunjung. Cara yang bisa dilakukan Pantai Mutun dengan membuat citra destinasi Pantai Mutun sebagai objek wisata pantai dengan pemandangan pasir putih yang relatif luas juga air laut yang tenang serta adanya fasilitas bermain dan spot foto yang dapat digunakan oleh wisatawan saat berkunjung ke Pantai Mutun. Dengan hamparan pasir putih yang relatif lebar wisatawan dapat bersantai dan juga bermain air. Selain pasir putih yang relatif luas dan air laut yang tenang, Pantai Mutun memiliki fasilitas bermain yang bisa digunakan oleh wisatawan seperti Banana Boat, Jetski, Kano, Donut Boat, Waterboom serta arena outbond yang dijadikan sarana bermain bagi anak-anak, dan

spot-spot foto yang dibuat oleh pengelola Pantai Mutun untuk wisatawan yang ingin mengabadikan momen saat berkunjung ke Pantai Mutun.

Dimasukkannya usaha ekowisata di Pantai Mutun telah muncul sebagai daya tarik utama bagi pengunjung, sehingga mendorong usaha ekonomi di sekitarnya. Kegiatan ekonomi langsung meliputi berbagai jasa seperti persewaan peralatan snorkeling, persewaan perahu, persewaan wc, dan berbagai penjual makanan. Kegiatan ekonomi ini diantisipasi untuk melihat pertumbuhan yang substansial di masa mendatang. Selain konsekuensi ekonomi yang dapat dilihat dari ekowisata, ada kegiatan ekonomi tambahan di Pantai Mutun yang mungkin tidak langsung terlihat, namun memberikan kontribusi positif terhadap keseluruhan dampak ekowisata.

Selain efek yang menguntungkan, penting untuk diketahui bahwa operasi ekowisata di Pantai Mutun dapat menimbulkan dampak negatif. Dalam jangka waktu tertentu, kegiatan-kegiatan tersebut berpotensi menghabiskan atau menguras habis sumber daya alam berada di kawasan tersebut, sehingga mengurangi daya tarik ekowisata. Akibatnya, dapat terjadi penurunan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat sekitar Pantai Mutun.

Konsekuensi negatif yang terlihat di Pantai Mutun dapat dikaitkan dengan tidak adanya tindakan pemeliharaan, pengelolaan, dan pengaturan yang memadai yang diterapkan oleh pemerintah daerah sehubungan dengan perlindungan sumber daya alam. Pulau Pantai Mutun mengalami arus masuk pengunjung yang signifikan, namun, kurangnya administrasi yang efisien untuk menangani situasi ini secara efektif. Jika dibiarkan, keadaan ini berpotensi mengakibatkan kerusakan ekologis di lingkungan Pantai Mutun. Meningkatnya jumlah pengunjung mengakibatkan meningkatnya polusi di pulau tersebut, rusaknya terumbu karang, dan meningkatnya pembuangan limbah bahan bakar minyak ke laut akibat meningkatnya pergerakan perahu. Akumulasi bertahap dari kekhawatiran ini berpotensi mengubah ekologi laut dan keanekaragaman hayatinya. Di kawasan wisata pesisir, isu-isu umum termasuk penipisan sumber daya alam, polusi, perselisihan yang timbul dari penggunaan lahan, dan dampak merugikan dari bencana alam baik pada kehidupan manusia maupun harta benda.

Untuk mengatasi kekhawatiran tersebut, perlu dilakukan evaluasi ekonomi terhadap Pantai Mutun. Kajian ini bertujuan untuk memastikan potensi keuntungan ekonomi yang dapat diperoleh dari wilayah tersebut, dengan fokus khusus pada manfaat rekreasi yang terkait dengan pemanfaatan lingkungan dan sumber daya alam Pantai Mutun.

Berbagai metodologi sering digunakan untuk menilai nilai ekonomi pariwisata. Metode pertama, adalah *Visitor Expenditure Method*. Metode ini mengestimasi nilai ekonomi pariwisata berdasarkan pengeluaran langsung yang dilakukan oleh wisatawan selama kunjungan mereka. Studi yang dilakukan oleh Beaumont et al., (2019) dalam buku "*Tourism and the Economy: Understanding the economics of tourism*" menjelaskan bahwa metode ini memberikan gambaran yang akurat tentang dampak ekonomi pariwisata terhadap suatu destinasi. Kelebihan dari metode ini adalah kemudahan penerapan karena data pengeluaran wisatawan biasanya tersedia. Namun, metode ini memiliki kelemahan karena hanya mengukur dampak ekonomi langsung dari pengeluaran wisatawan dan tidak memperhitungkan dampak ekonomi tidak langsung seperti *multiplier effect*. Selain itu, metode ini juga tidak dapat mengukur nilai ekonomi dari wisatawan yang tidak mengeluarkan banyak uang selama kunjungan mereka.

Pendekatan kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Penilaian Bersyarat. Metodologi ini digunakan untuk mengukur nilai Ekonomi dari manfaat non-pasar, seperti nilai lingkungan atau nilai estetika suatu destinasi pariwisata. Menurut Carson et al., (2001) dalam jurnal *Environmental and Resource Economics* menjelaskan bahwa metode ini melibatkan survei dan wawancara kepada responden untuk mengetahui nilai yang mereka bersedia bayar atau terima. Kelebihan dari metode ini adalah kemampuannya untuk mengungkapkan preferensi dan kesediaan membayar responden untuk mendapatkan manfaat dari suatu destinasi pariwisata. Namun, metode ini juga memiliki kelemahan karena bergantung pada jawaban subjektif responden dan dapat terjadi bias dalam penilaian mereka. Selain itu, metode ini membutuhkan waktu dan biaya yang cukup tinggi untuk melakukan survei dan analisis data.



Metode ketiga, *Hedonic Pricing Method*. Metode ini mengestimasi nilai ekonomi pariwisata dengan menganalisis harga properti di sekitar destinasi pariwisata. Menurut Rosen (1974) dalam *Journal of Political Economy* menjelaskan bahwa metode ini dapat mengukur nilai ekonomi dari manfaat yang tidak langsung terkait dengan destinasi pariwisata, seperti pemandangan alam atau kualitas udara. Kelebihan dari metode ini adalah kemampuannya untuk mengisolasi pengaruh destinasi pariwisata secara langsung pada harga properti. Namun, metode ini membutuhkan data harga properti yang tersedia dan sulit untuk mengisolasi pengaruh destinasi pariwisata secara langsung pada harga properti. Selain itu, metode ini juga tidak dapat mengukur nilai ekonomi dari manfaat yang tidak terkait dengan properti, seperti pengalaman wisatawan selama kunjungan mereka.

Pendekatan terakhir, pendekatan biaya perjalanan (TCM). Metodologi ini melibatkan penilaian nilai ekonomi pariwisata dengan memeriksa biaya yang terkait dengan perjalanan yang dialami pengunjung saat mengunjungi tempat wisata. Menurut Freeman (2003) dalam publikasinya yang berjudul "*Theory and Methods of Measuring Environmental and Resource Values*", pendekatan yang dijelaskan menawarkan estimasi nilai ekonomi dengan mempertimbangkan biaya perjalanan yang ditanggung oleh wisatawan. Metode ini juga memasukkan pentingnya waktu dan biaya perjalanan sebagai indikator nilai ekonomi. Namun demikian, pendekatan ini membutuhkan data pengeluaran perjalanan yang akurat dan inklusif yang berasal dari subkelompok wisatawan yang representatif.

Dari beberapa metode yang telah dipaparkan, *Travel Cost Method* merupakan metode yang tepat dalam mengukur nilai ekonomi pariwisata wisata pesisir bahari, seperti Pantai Mutun, dibandingkan dengan metode lainnya. Pendekatan ini mempertimbangkan biaya yang terkait dengan transportasi yang ditanggung wisatawan saat mengunjungi berbagai tujuan wisata. Termasuk transportasi, makanan, dan aktivitas lainnya. Dalam konteks Pantai Mutun, *Travel Cost Method* dapat memberikan perkiraan nilai ekonomi yang lebih terperinci dan akurat tentang kontribusi wisatawan terhadap pariwisata pantai tersebut.

Salah satu kelebihan utama *Travel Cost Method* adalah kemampuannya dalam mengukur nilai ekonomi secara langsung. Metode ini memperhitungkan biaya

perjalanan fisik yang dikeluarkan oleh wisatawan, seiring dengan data biaya perjalanan yang akurat, metode ini dapat memberikan informasi yang spesifik tentang kontribusi ekonomi dari kunjungan wisatawan ke Pantai Mutun. Penelitian oleh Crompton (2005) mengenai dampak taman terhadap nilai properti juga menekankan pentingnya *Travel Cost Method* dalam mengukur dampak ekonomi dari wisata alam.

Selain itu, *Travel Cost Method* juga mempertimbangkan nilai waktu yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk mencapai dan menikmati Pantai Mutun. Metode ini memperhitungkan nilai waktu yang dihabiskan wisatawan selama perjalanan, yang juga memberikan kontribusi terhadap nilai ekonomi pariwisata. Menurut Haab & McConnell (2002), dalam penilaian ekonomi sumber daya alam, termasuk pariwisata alam, penting untuk mempertimbangkan waktu yang dihabiskan oleh individu, sehingga *Travel Cost Method* dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang manfaat ekonomi dari kunjungan ke Pantai Mutun.

Penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) sebagai metode untuk mengukur nilai ekonomi pariwisata karena secara luas dianggap sebagai salah satu pendekatan yang paling tepat untuk estimasi tersebut. Metode Biaya Perjalanan (TCM) menggabungkan biaya yang terkait dengan perjalanan dan jarak yang ditempuh oleh pengunjung untuk menilai jumlah sebenarnya dari Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh John dan Johnson pada tahun 1985, pengeluaran wisatawan di lokasi wisata tertentu diperiksa (John & Jhonson, 1985). Hanemann, (1984), dan Loomis & White (1996) telah mengidentifikasi banyak manfaat dari Metode Biaya Perjalanan (TCM), termasuk kapasitasnya untuk memberikan perkiraan yang tepat dari nilai ekonomi pariwisata dengan menggunakan data biaya perjalanan dan kunjungan. Metodologi ini selanjutnya menawarkan wawasan tentang preferensi wisatawan tentang tempat wisata dan banyak aspek yang memengaruhi proses pengambilan keputusan mereka saat memilih tujuan wisata tertentu.

Metode Biaya Perjalanan (TCM) telah digunakan dalam sejumlah studi sebelumnya untuk mengevaluasi signifikansi ekonomi pariwisata. Widodo (2016) melakukan penelitian yang bertujuan untuk memperkirakan nilai ekonomi yang terkait dengan

kegiatan pariwisata di Gunung Merbabu. Demikian pula dengan Nuraini et al., (2019) melakukan penelitian dengan tujuan untuk memperkirakan nilai ekonomi yang dikaitkan dengan wisatawan di Taman Regional Halimun Salak. Hidayatullah et al., (2018) menggunakan Travel Cost Technique (TCM) sebagai alat untuk mengevaluasi nilai ekonomi dari usaha wisata yang terjadi di Pantai Bangsring di Banyuwangi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Prमितasari et al. (2019) menggunakan Travel Costs Method (TCM) untuk mengevaluasi nilai ekonomi dari usaha pariwisata di Pantai Klayar di Pacitan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Mutmainah et al., (2021) menggunakan Metode Biaya Transportasi (TCM) untuk mengevaluasi nilai ekonomi dari usaha pariwisata yang terjadi di Pantai Popoh di Gunungkidul.

Sangat penting untuk menentukan elemen yang mempengaruhi jumlah pengunjung Pantai Mutun selain untuk mengetahui nilai ekonomi dari pariwisata di sana. Perolehan informasi ini sangat penting dalam meningkatkan strategi pengelolaan Pantai Mutun, dengan tujuan akhir mendorong retensi wisatawan dan selanjutnya kembali ke pulau tersebut. Semua individu yang terlibat dalam kegiatan wisata sebagai pengunjung dikenakan berbagai biaya perjalanan, yang meliputi transportasi, dokumen, konsumsi, parkir, dan biaya lainnya, selain harga tiket masuk yang diwajibkan. Selain dampak pengeluaran perjalanan, frekuensi kunjungan juga dipengaruhi oleh karakteristik sosial ekonomi, termasuk pendapatan keseluruhan individu, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis. Elemen tambahan yang memengaruhi tingkat kunjungan mencakup tingkat pengetahuan tentang pemandangan dan daya tarik pengunjung.

Penelitian ini berjudul “Estimasi Nilai Ekonomi Wisata dengan Menggunakan *Travel Cost Method* (Studi Kasus: Pantai Mutun, Kabupaten Pesawaran)” bertujuan untuk menghitung nilai ekonomis Pantai Mutun. Selanjutnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor penentu yang mempengaruhi kecenderungan wisatawan untuk mengunjungi Pantai Mutun. Selain itu, studi ini diharapkan dapat mendukung perumusan strategi pengembangan wisata di Kabupaten Pesawaran dengan menilai proyeksi nilai ekonomi Pantai Mutun.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dengan mempertimbangkan latar belakang masalah yang dibahas dan untuk memberikan batasan dan arah penelitian:

1. Berapakah nilai ekonomi wisata pantai mutun jika dihitung menggunakan Travel Cost Method (TCM)?
2. Bagaimana faktor biaya perjalanan, pendapatan, tingkat pendidikan, persepsi pengunjung, lokasi wisata, dan daya tarik wisata Pantai Mutun mempengaruhi permintaan wisatawan yang berkunjung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengidentifikasi berapa nilai ekonomi wisata pantai mutun menggunakan Travel Cost Method (TCM).
2. Untuk mengidentifikasi bagaimana faktor biaya perjalanan, pendapatan, tingkat pendidikan, persepsi pengunjung, lokasi wisata, dan daya tarik Pantai Mutun mempengaruhi permintaan wisatawan yang berkunjung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Bagi Instansi Pemerintah dan Instansi Pengelola Pariwisata:
  - a. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai ekonomi pariwisata di Pantai Mutun dengan menggunakan Travel Cost Method. Analisis ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh lokasi wisata tertentu.
  - b. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya perjalanan yang terkait dengan pengunjung yang mengunjungi Pantai Mutun melalui penggunaan Metode Biaya Perjalanan. Upaya penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang preferensi yang ditunjukkan oleh para pelancong dan sejauh mana mereka cenderung mengalokasikan sumber keuangan untuk mengunjungi Pantai Mutun.

- c. Penelitian ini dapat berfungsi sebagai landasan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan pengembangan dan pengelolaan pariwisata di Pantai Mutun.
- d. Nilai ekonomi pariwisata dan faktor-faktor penentu yang memengaruhi permintaannya dapat memfasilitasi perencanaan strategis, pembentukan infrastruktur, dan perumusan kebijakan yang lebih efisien.

## 2. Manfaat Praktis

Bagi institusi pemerintah atau institusi pemerintahan, bermanfaat untuk menggunakan informasi dan pertimbangan lokasi wisata Pantai Mutun, karena membantu dalam perumusan kebijakan pengelolaan pariwisata yang efektif. Berdasarkan temuan empiris dapat dipastikan perlunya perencanaan strategis dalam pengelolaan daya tarik wisata Pantai Mutun untuk kemungkinan-kemungkinan yang akan datang.

## 3. Manfaat Teoritis

Studi ini memiliki arti penting bagi institusi pendidikan karena berfungsi sebagai referensi untuk proyek penelitian yang berkaitan dengan perkiraan nilai ekonomi tempat wisata dengan menggunakan biaya perjalanan (TCM).

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Landasan Teori**

#### **2.1.1 Pembangunan Ekonomi**

Seperti yang dijelaskan oleh Arsyad (2015) konsep pembangunan ekonomi sebelum tahun 1960 mencakup kapasitas ekonomi suatu negara untuk mempertahankan keadaan yang relatif stabil selama periode yang cukup lama, kemudian diikuti dengan peningkatan Tujuannya adalah untuk mencapai tingkat pertumbuhan Produk Nasional Bruto (GNP) kisaran 5 hingga 7 persen atau lebih setiap tahunnya. Definisi tersebut menunjukkan penekanan yang kuat pada aspek ekonomi. Namun, pemahaman mengenai pertumbuhan Perekonomian mengalami transformasi dalam menanggapi peristiwa dan keadaan tahun 1950-an dan 1960-an, seperti yang ditunjukkan sebelumnya. Terbukti bahwa fokus yang sempit pada pertumbuhan Gross National Product (GNP) tidak akan secara efektif mengatasi masalah-masalah pembangunan secara menyeluruh. Ketidakmampuan untuk meningkatkan standar hidup dan kualitas hidup bagi sebagian besar penduduk menjadi jelas, meskipun target pertumbuhan GNP tahunan telah tercapai.

Oleh karena itu, menurut Arsyad (2015) ukuran dari pembangunan ekonomi suatu negara ditentukan oleh tiga faktor kunci: (1) kemajuan dalam kapasitas masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok (subsistence), (2) peningkatan harga diri masyarakat sebagai individu, dan (3) perluasan kebebasan masyarakat dalam membuat pilihan (pembebasan dari perbudakan), yang diakui sebagai hak asasi manusia. Prinsip-prinsip inti yang disebutkan sejalan dengan pernyataan oleh Sen (1999) penerima Nobel Ekonomi tahun 1998, yang menyatakan bahwa "Pembangunan dapat dilihat, seperti yang dijelaskan di sini, sebagai proses perluasan kebebasan nyata yang dinikmati oleh orang-orang." Ini berarti bahwa konsep pembangunan dapat dipahami sebagai upaya progresif untuk meningkatkan

kebebasan dan peluang nyata yang dialami oleh individu. Lingkup yang lebih luas dari konseptualisasi Arsyad (2015) tentang pertumbuhan ekonomi menjadi jelas ketika diakui bahwa hal tersebut meliputi lebih dari sekadar peningkatan tahunan dalam Gross National Product (GNP). Konsep pembangunan ekonomi bersifat multiaspek dan melibatkan berbagai dimensi yang melampaui pertimbangan ekonomi semata, termasuk berbagai aspek kesejahteraan sosial. Pembangunan ekonomi merujuk pada sejumlah upaya yang dilakukan oleh suatu negara untuk meningkatkan kegiatan ekonominya dan meningkatkan kualitas hidup penduduknya secara keseluruhan. Konsep pembangunan ekonomi dapat secara luas dikarakterisasi sebagai proses yang progresif yang menghasilkan peningkatan yang berkelanjutan dari pendapatan riil per individu dalam suatu negara, disertai dengan peningkatan perangkat kerja institusional.

Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan tentang komponen dan atribut mendasar dari pertumbuhan ekonomi;

1. Fenomena yang sedang dipertimbangkan ditandai oleh pergerakan yang berkelanjutan yang melibatkan perubahan yang berlangsung secara berkesinambungan.
2. Upaya untuk meningkatkan pendapatan per kapita.
3. Memastikan pertumbuhan pendapatan per kapita dalam jangka panjang.

Kemajuan dalam struktur institusi di berbagai bidang, termasuk bidang keuangan, hukum, politik, sosial, dan budaya. Pemeriksaan sistem kelembagaan dapat dilihat dari dua perspektif: perbaikan dalam kerangka regulasi (yang mencakup norma-norma formal dan informal) dan entitas (disebut sebagai pelaku) yang bertanggung jawab dalam mengimplementasikan aturan tersebut.

### **2.1.2 Permintaan**

Menurut Smith (1776) hukum permintaan menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Faktanya, jika harga suatu produk murah dari pada biasanya, maka para konsumen akan saling berlomba-lomba membeli, yang akhirnya tingkat permintaannya semakin naik dibanding kondisi harga barang lagi tinggi.

Inilah suatu kondisi pasar yang sudah lazim terjadi, mungkin juga diakibatkan adanya faktor ketidak merataan dalam masalah financial, yang mana orang-orang yang berpenghasilan cukup dan kurang biasanya mereka lebih berbelanja bahan sandang dan pangan pada saat kondisi harga sedang turun.

Menurut McEachern (2000), ada variabel lain yang mempengaruhi permintaan selain harga.

1. Biasanya, kenaikan pendapatan dikaitkan dengan kenaikan permintaan yang sesuai. Ini menyiratkan bahwa telah terjadi pergeseran kurva permintaan ke kanan, menandakan peningkatan jumlah yang dicari pada setiap tingkat harga.
2. Konsep rasa berfungsi sebagai faktor permintaan non-harga. Karena tantangan yang melekat dalam mengukur rasa dan kurangnya teori komprehensif tentang dinamika perubahan rasa, biasanya beroperasi di bawah asumsi keteguhan rasa dan mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku manusia. Ketajaman rasa dapat disimpulkan dari kecenderungan individu terhadap kategori atau jenis objek tertentu yang dicari atau diinginkan. Preferensi individu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti usia, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.
3. Topik diskusi berkaitan dengan harga barang yang terkait atau saling berhubungan dalam beberapa cara.
4. Konsep substitusi dan komplementaritas. Konsep tersebut dapat dijelaskan dengan memeriksa dampak fluktuasi harga komoditas tertentu terhadap permintaan barang lainnya.
5. Fenomena pertumbuhan penduduk dalam suatu perekonomian, mempertahankan pendapatan per kapita yang konstan, sering menyebabkan pergeseran permintaan pasar untuk sebagian besar komoditas.

#### **2.1.2.1 Komponen Permintaan**

Selain dinilai dari segi kesiapsiagaan, McIntosh juga menegaskan imbauan tersebut memiliki kepentingan yang signifikan dalam industri pariwisata. Volume pertanyaan yang berkaitan dengan rencana perjalanan atau tempat tertentu merupakan masalah yang signifikan bagi mereka yang bergerak di industri pariwisata. Fakta penting yang diminta antara lain jumlah pengunjung, moda



transportasi yang digunakan, lama tinggal, jenis rumah yang dipilih, dan jumlah uang yang dikeluarkan. Ada beberapa besaran permintaan, dengan permintaan yang biasanya lebih sederhana untuk dibuat dan lebih mungkin muncul dari minat yang luas dibandingkan dengan jenis lainnya. Penggunaan teknik sangat penting dalam proses peramalan permintaan. Kadang-kadang, upaya ini diarahkan untuk menambah permintaan selama periode tertentu; namun, tujuan dasarnya tetap sama, yaitu untuk meningkatkan permintaan (McIntosh, 1995).

Menurut McIntosh (1995) permintaan dapat dibagi menjadi beberapa bagian, antara lain sebagai berikut:

1. Permintaan Menjadi Sebuah Tujuan

Fenomena permintaan dalam industri pariwisata dapat bermanifestasi sebagai destinasi dalam beberapa hal. Misalnya, ada kasus di mana permintaan perjalanan dengan tujuan tertentu telah mempengaruhi kecenderungan individu untuk melakukan perjalanan, sehingga terjadi interaksi timbal balik antara lokasi asal dan tujuan.

2. Jarak Ekonomi

Konsep jarak ekonomi berkaitan dengan biaya sementara dan keuangan yang terkait dengan perjalanan antara titik keberangkatan dan tujuan yang dituju, serta perjalanan pulang berikutnya. Terdapat korelasi positif antara jarak ekonomi dan hambatan untuk mencapai suatu lokasi. Akibatnya, terlihat penurunan permintaan. Namun, jika tindakan diambil untuk meminimalkan waktu dan biaya perjalanan, permintaan diperkirakan akan meningkat.

3. Jarak Budaya

Jarak budaya mengacu pada sejauh mana budaya negara asal turis menyimpang dari budaya tuan rumah. Ada korelasi positif antara jarak budaya dan ketidaksukaan, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi jarak budaya, tingkat ketidak-sukaan juga meningkat.

4. Biaya Pelayanan

Ada korelasi positif antara biaya melayani tujuan tertentu dan tingkat keengganan untuk mengunjungi lokasi tersebut, terutama bila permintaannya rendah. Komponen ini mewakili korelasi negatif antara harga barang atau jasa dan permintaannya.

## 5. Kualitas Pelayanan

Ada hubungan terbalik antara tingkat kualitas layanan yang ditawarkan oleh suatu lokasi dan tingkat keengganan atau keengganan yang ditunjukkan oleh individu untuk mengunjungi destinasi tersebut.

## 6. Musim

Dampak musiman pada permintaan sangat penting ketika mempertimbangkan daya tarik destinasi tertentu berdasarkan waktu kunjungan yang diinginkan.

Pasokan memengaruhi dan membatasi permintaan dengan cara yang mendasar. Kegagalan untuk mempertimbangkan faktor pasokan ketika hanya mengandalkan jumlah permintaan dapat menyebabkan perencana membuat asumsi yang salah tentang lokasi tertentu. Untuk memenuhi permintaan secara memadai, perlu untuk menambah pasokan yang sesuai. Kebutuhan utama adalah augmentasi persediaan. Beberapa indikator permintaan telah diidentifikasi dalam literatur (McIntosh, 1995) yaitu:

### 1. Kedatangan Pengunjung

Mengukur masuknya individu ke lokasi tertentu dapat dilihat sebagai metrik dan pernyataan, tetapi tidak komprehensif secara inheren. Selain itu, perolehan data tetap penting, terlepas dari apakah pengunjung datang melalui transportasi laut atau udara.

### 2. Pengunjung di Siang Hari dan Pengunjung di Malam Hari

Data yang berkaitan dengan aktivitas pengunjung selama periode siang dan malam hari merupakan kepentingan akademis sangat penting bagi perencana pariwisata karena memungkinkan mereka mendapatkan wawasan tentang masuknya wisatawan. Angka kehadiran sepanjang sore memiliki relevansi khusus bagi perencana taman umum dan pengelola pantai. Sebaliknya, mereka yang terlibat dalam industri perhotelan dan penginapan mencari tamu malam dengan tenang.

### 3. Kuantitas yang Dialokasikan / Dibelanjakan

Pengeluaran yang dikeluarkan dapat dilihat sebagai indikator tingkat permintaan, asalkan cukup dicirikan. Namun, memperoleh metrik ini

menghadirkan tantangan yang signifikan. Pendekatan yang berlaku untuk memperkirakan pengeluaran wisatawan adalah dengan mengalikan jumlah pengunjung siang dan malam dengan rata-rata pengeluaran ritel untuk masing-masing kelompok. Mengenai pengeluaran wisatawan melalui perpajakan, yaitu pemanfaatan pajak atas barang-barang yang dapat dikonsumsi, seperti yang dikeluarkan untuk akomodasi hotel atau motel, diberlakukan pungutan sebesar 4%.

#### **2.1.2.2 Permintaan Pariwisata**

Menurut Sinclair (1997) Permintaan untuk pariwisata dipengaruhi oleh preferensi individu dan anggaran pengeluaran. Seseorang yang ingin pergi berlibur di luar tempat tinggalnya memiliki sejumlah sumber keuangan atau anggaran yang dialokasikan untuk perjalanan, serta perolehan berbagai komoditas dan layanan. Besarnya anggaran bergantung pada jumlah jam kerja kompensasi yang dihabiskan dalam kerangka waktu tertentu. Orang sering terlibat dalam tindakan penyeimbangan antara pekerjaan berbayar dan waktu senggang. Beberapa individu memprioritaskan perolehan pendapatan tambahan melalui peningkatan jam kerja berbayar, sementara yang lain memprioritaskan alokasi lebih banyak waktu senggang untuk relaksasi dan keterlibatan dalam tugas-tugas rumah tangga, yang mengakibatkan pengurangan jam kerja berbayar.

Ketika individu memilih untuk mengalokasikan lebih banyak jam untuk pekerjaan berbayar dan mengurangi masa pengangguran mereka, tingkat pendapatan mereka cenderung naik tetapi waktu senggang mereka berkurang. Dalam konteks ini, diamati bahwa pendapatan sering memerlukan pemanfaatan waktu menganggur, yang menimbulkan biaya peluang dalam hal alternatif sebelumnya. Alokasi jam kerja yang dibayar dan waktu menganggur menghasilkan tingkat uang atau anggaran tertentu, yang kemudian dapat digunakan untuk perolehan berbagai produk dan jasa.

Perbedaan yang signifikan dengan permintaan keseluruhan barang dan jasa terletak pada permintaan sektor pariwisata. Menurut Yoeti (1996) adalah :

1. Sangat dipengaruhi oleh musim

2. Berkonsentrasi pada lokasi tertentu
3. Tergantung pada jumlah pendapatan
4. Memenuhi permintaan barang mewah yang meningkat
5. Tergantung ketersediaan waktu senggang
6. Tergantung inovasi transportasi
7. Ukuran keluarga (jumlah anggota keluarga)
8. Ketersediaan

Yoeti (1996) mengidentifikasi banyak elemen yang mungkin berdampak pada permintaan pariwisata. Kategori-kategori ini termasuk yang berikut:

- a. Variabel yang Mempengaruhi Permintaan di sektor pariwisata: Permintaan akan produk dan layanan di dalam sektor pariwisata bergantung pada banyak variabel utama.
- b. Daya beli individu bergantung pada pendapatan mereka, dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi berkorelasi dengan peningkatan kemungkinan terlibat dalam kegiatan perjalanan pilihan.
- c. Komposisi dan pola demografis: Ukuran populasi dan laju peningkatannya akan berdampak pada permintaan penawaran wisata. Di negara-negara yang ditandai dengan jumlah populasi yang signifikan tetapi pendapatan per kapita yang relatif rendah, potensi untuk terlibat dalam pengalaman perjalanan terkait pariwisata menjadi terbatas.
- d. Faktor sosial dan budaya: Proses industrialisasi tidak hanya mengarah pada penciptaan struktur pendapatan yang relatif lebih tinggi dalam suatu komunitas tetapi juga memiliki potensi untuk meningkatkan distribusi kekayaan, sehingga menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi pertumbuhan pariwisata dan perjalanan.
- e. Motif perjalanan sangat terkait dengan keadaan sosial dan budaya yang berlaku dalam komunitas tertentu.

- f. Peluang perjalanan dan intensitas pemasaran pariwisata: Insentif yang ditujukan untuk mempromosikan perjalanan wisata memberi keluarga kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan pariwisata.
  - g. Berbagai variabel memiliki pengaruh yang besar terhadap permintaan pariwisata di suatu lokasi atau kawasan tertentu. Pemahaman yang komprehensif tentang aspek-aspek ini memungkinkan pembuat kebijakan dan pelaku industri pariwisata membuat pilihan yang tepat untuk mempromosikan pariwisata dan memenuhi kebutuhan calon wisatawan..
1. *Penentu Permintaan Khusus Penentu permintaan khusus suatu lokasi wisata tertentu dipengaruhi oleh beberapa variabel, antara lain:*
- a. Harga.  
Dalam bisnis jasa, penetapan harga sering mengambil peran sekunder, karena perhatian terpenting adalah memastikan bahwa kualitas layanan sejalan dengan keinginan dan aspirasi tertentu dalam jangka waktu yang diperlukan.
  - b. Tujuan populer bagi wisatawan.  
Pemilihan destinasi dipengaruhi oleh keberadaan tempat wisata populer di suatu lokasi tertentu.
  - c. Kenyamanan dalam berkunjung adalah aspek penting untuk dipertimbangkan saat mengevaluasi lokasi tertentu. Aksesibilitas lokasi wisata dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan karena biaya transportasi dapat berdampak signifikan terhadap keseluruhan biaya perjalanan.
  - d. Bagian tentang informasi dan layanan pra-kunjungan.  
Para wisatawan atau pengunjung seringkali mengandalkan layanan pre-travel dan layanan informasi wisata di tempat tujuan yang mereka pilih untuk mendapatkan informasi objek wisata yang akan dilihat dan bekal yang diperlukan untuk perjalanan mereka.
  - e. Wisatawan atau pengunjung memiliki persepsi terhadap tempat wisata yang ingin dikunjungi. Oleh karena itu, suatu destinasi wisata perlu memiliki citra

yang baik yang dapat meningkatkan daya tariknya bagi wisatawan atau pengunjung, sehingga menumbuhkan keinginan untuk berkunjung kembali.

Berikut adalah variabel-variabel yang mempengaruhi permintaan pariwisata menurut (Agustin et al., 2014) :

1. Penetapan barang dan jasa harga di wisata tujuan area berdampak langsung pada permintaan pariwisata. Ketika biaya tinggi, kemungkinan akan mengakibatkan penurunan permintaan wisatawan, sementara harga yang lebih rendah cenderung merangsang tingkat pariwisata yang lebih tinggi.
2. Kecenderungan untuk memilih tempat-tempat wisata sebagai tempat liburan cenderung tumbuh dengan meningkatnya kekayaan nasional.
3. Aspek sosial budaya sangat berperan dalam menentukan tingkat permintaan wisata di suatu lokasi tertentu. Ketika suatu daerah memiliki kualitas sosio-kultural yang berbeda yang membedakannya dari tujuan wisata lainnya, maka permintaan pariwisata cenderung meningkat secara substansial.
4. Kehadiran efek sosial-politik mungkin tidak terlihat di daerah tujuan wisata yang menjaga lingkungan yang aman dan tenteram. Namun, jika situasi menyimpang dari keadaan ideal tersebut, pengaruh dan dampak sosial politik baru akan muncul dan menjadi faktor signifikan yang mempengaruhi permintaan destinasi.
5. Intensitas permintaan pengunjung dipengaruhi oleh volume orang yang mengunjungi suatu daerah tujuan wisata tertentu.
6. Selain kelima komponen tersebut di atas, aspek permintaan juga mencakup harga barang pengganti yang mengacu pada produk lain yang memberikan kesenangan serupa kepada pengunjung.
7. Biaya produk pelengkap, khususnya komoditas yang saling meningkatkan atau melengkapi satu sama lain, relevan dalam konteks pariwisata. Dalam skenario ini, item pelengkap ini mengacu pada tempat wisata yang melengkapi dan meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan bila digabungkan dengan atraksi lainnya..

### **2.1.3 Ekonomi Lingkungan**

Ekonomi lingkungan adalah studi tentang bagaimana orang dapat menggunakan lingkungannya sedemikian rupa sehingga tujuan atau tanggung jawab mereka dapat ditegakkan atau bahkan ditingkatkan dari waktu ke waktu. Yang dimaksud dengan “lingkungan hidup” sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup No. 23 Tahun 1997 adalah kesatuan ruang yang terdiri dari berbagai komponen, kekuatan, keadaan, dan organisme, meliputi manusia dan kegiatannya, yang mempengaruhi kelangsungan hidup manusia. keberadaan dan kesejahteraan manusia dan bentuk kehidupan lainnya.

Tujuan utama lingkungan ada dua: sebagai penyedia bahan mentah yang dapat diubah menjadi barang jadi atau dikonsumsi langsung, dan sebagai asimilator yang mengelola limbah secara alami. Selain itu, lingkungan berfungsi sebagai sumber kesenangan, menawarkan fasilitas untuk kenikmatan manusia.

Seiring perkembangan temporal terungkap dan kemajuan masyarakat berkembang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan manusia, menjadi jelas bahwa signifikansi atau tujuan lingkungan telah berkurang seiring waktu. Ketersediaan sumber daya mentah dari lingkungan alam telah berkurang secara signifikan dan semakin langka. Kapasitas lingkungan untuk menampung limbah semakin berkurang, menyebabkan penurunan kemampuan pengelolaan limbah alam. Selanjutnya, kemampuan alam untuk memberikan kesenangan semakin berkurang karena perubahan fungsi sumber daya alam dan lingkungan, serta meningkatnya pencemaran.

### **2.1.4 Jasa Lingkungan**

Menurut (Fauzi, 2016), jasa lingkungan adalah gagasan umum tentang sistem alam yang memberikan aliran barang dan jasa untuk kepentingan baik individu maupun lingkungan. Layanan ini difasilitasi oleh mekanisme yang melekat pada ekosistem alami. Konsep pemanfaatan jasa lingkungan berkaitan dengan proses memanfaatkan kemampuan jasa tersebut sambil memastikan tidak ada kerusakan atau perusakan lingkungan terhadap tujuan utamanya (DPR RI 2007). Fauzi (2016) mengemukakan bahwa pengertian jasa lingkungan mencakup penyediaan, pengaturan, dan dukungan proses alam, di samping konservasi sosial melalui

sukseksi manusia dan alam. Layanan ini secara luas dianggap bermanfaat untuk kelangsungan dan kelangsungan hidup. Hutan, sebagai sistem ekologi yang melekat, melayani beberapa tujuan di luar penyediaan produk kayu yang beragam. Ini juga menawarkan sumber daya non-kayu dan berfungsi sebagai reservoir besar yang mampu menahan curah hujan, kemudian menyaring dan melepaskannya secara bertahap. Proses hidrologi ini membuat air cocok untuk menopang keberadaan manusia. Penebangan pohon yang tidak diatur dalam ekosistem hutan alam dapat menyebabkan berbagai gangguan, terutama dalam siklus air. Deforestasi dapat menyebabkan banjir selama musim hujan dan penurunan kualitas air. Selain itu, pada musim kemarau, air menjadi langka sehingga berdampak pada kuantitas dan kualitas air yang tersedia. Akibatnya, masyarakat hilir menjadi rentan terhadap akses air minum bersih yang tidak memadai, sehingga membahayakan kualitas hidup mereka dan menurunkan kesejahteraan masyarakat. Jasa hidrologi hutan menghadapi bahaya yang semakin besar karena laju degradasi yang meningkat. Akibatnya, menjadi keharusan untuk membangun koneksi hulu-hilir di mana biaya atau dana kompensasi disediakan oleh konsumen layanan ekologi di wilayah hilir.

Menurut Fauzi (2016), sumber daya alam memiliki kapasitas untuk menyediakan barang dan jasa baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk yang dapat dimanfaatkan secara langsung atau tidak langsung. Selain itu, sumber daya ini memiliki potensi untuk menghasilkan jasa lingkungan yang menawarkan keuntungan dengan cara lain, termasuk manfaat kemudahan seperti keindahan, ketenangan, dan manfaat lainnya. Keuntungan yang dipersoalkan, sering dikenal sebagai manfaat fungsi ekologis, sering diabaikan dalam penilaian komprehensif nilai sumber daya karena kurangnya kuantifikasi. Nilai yang dipersoalkan tidak hanya mencakup nilai pasar barang yang berasal dari sumber daya tertentu, tetapi juga mencakup nilai jasa lingkungan yang diciptakan oleh sumber daya ini.

Diantisipasi bahwa jasa lingkungan saat ini pada akhirnya akan mengalami penurunan kualitas secara keseluruhan. Pembayaran jasa lingkungan diidentifikasi sebagai instrumen ekonomi yang mampu memitigasi penurunan kualitas lingkungan dalam konteks penelitian ini. Pembayaran jasa lingkungan (PES) mengacu pada transaksi diskresioner yang berkaitan dengan pelestarian jasa



lingkungan. Pelestarian ini dicapai oleh penerima jasa lingkungan yang menawarkan kompensasi kepada penyedia jasa tersebut. Jasa lingkungan yang memiliki potensi komersial paling signifikan adalah air, ekowisata, dan cadangan karbon (Wunder, 2005).

Menurut Wunder (2005), ada empat jenis jasa lingkungan hutan atau zona konservasi. Ini adalah sebagai berikut:

- 1) Proses penyerapan dan penyimpanan karbon
- 2) Pelestarian dan pengamanan keanekaragaman hayati
- 3) Pelestarian dan pengelolaan DAS
- 4) Daya tarik estetika lingkungan alam (environmental aesthetics)

Mengingat pentingnya jasa lingkungan yang disediakan oleh hutan di daerah aliran sungai, pengelolaan hutan saat ini menghadapi tantangan yang rumit dalam mengintegrasikan beragam kebutuhan berbagai pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan ini termasuk pemerintah, yang berupaya memanfaatkan potensi ekonomi dan lapangan kerja dari sumber daya terbarukan; pengusaha swasta, yang berusaha memaksimalkan keuntungan dan bersaing dengan investasi alternatif; masyarakat lokal, khususnya di pedesaan, yang sangat bergantung pada hutan untuk bahan bakar, bahan bangunan, pangan, pakan ternak, dan pendapatan, selain menganggap hutan sebagai bagian integral dari warisan budaya mereka; masyarakat umum, yang mengharapkan hutan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap stabilitas dan kualitas lingkungan setempat; dan, baru-baru ini, meningkatnya perhatian publik mengenai peran hutan dalam perubahan iklim global dan konservasi keanekaragaman hayati (Montalambert dan Schmithusen, 1993).

Ada beberapa potensi untuk pengembangan jasa lingkungan, menurut Badan Konservasi Sumber Daya Alam (2005).

1. Penyeimbangan karbon adalah sejenis jasa lingkungan yang bertujuan untuk mengurangi dampak merugikan dari perubahan iklim. Ini tunduk pada regulasi melalui Mekanisme Pembangunan Bersih, yang beroperasi di bawah Protokol Kyoto.
2. Pemanfaatan air: Mengingat berkurangnya sumber daya air di bumi kita, terdapat potensi untuk pengembangan air sebagai jasa lingkungan.

3. Ekowisata mencakup berbagai pilihan komersial dalam ranah wisata lingkungan, didorong oleh potensi fenomena, keindahan, keunikan alam, keanekaragaman hayati, dan aspek budaya.

## **2.1.5 Pariwisata**

### **2.1.5.1 Definisi Pariwisata**

Gambaran hukum kepariwisataan dapat dilihat dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, khususnya pada Bab I Pasal I. Menurut undang-undang ini, kepariwisataan adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan mengunjungi destinasi tertentu untuk tujuan hiburan, pengembangan diri, atau menambah pengetahuan tentang ciri khas tempat wisata yang dikunjungi. Kegiatan perjalanan ini biasanya dilakukan dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah industri baru yang saat ini memainkan peran penting dalam mendorong percepatan ekspansi ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan dan standar hidup, serta fasilitasi pertumbuhan di berbagai sektor produktif lainnya.

Karena sektor pariwisata mencakup industri sejenis seperti kerajinan tangan, cinderamata, perumahan, dan transportasi, maka dianggap sebagai industri yang rumit. Subyek studi sosiologis seperti orang, masyarakat, kelompok, organisasi, budaya, dan sebagainya semuanya terlibat dalam fenomena pariwisata. Menurut (Gayatri & Pitana, 2005), pariwisata adalah jumlah dari semua aspek terkait (wisatawan, tujuan wisata, perjalanan, industri, dll) yang dihasilkan dari perjalanan oleh wisatawan ke lokasi wisata. , dapat disimpulkan bahwa perjalanan untuk tujuan pariwisata adalah kegiatan sukarela dan sementara Rekreasi, hiburan, dan peremajaan adalah tujuan lain dari pariwisata.

### **2.1.5.2 Objek dan Daya Tarik Wisata**

Hadiwijoyo (2012), produk dan atraksi mencakup berbagai bentuk dan fitur yang memiliki kemampuan untuk memikat pengunjung atau wisatawan ke suatu tempat atau situs tertentu. Atraksi wisata yang sekarang dalam keadaan belum berkembang atau terbelakang memiliki kapasitas untuk berubah menjadi aset yang signifikan,

tetapi tidak dapat diklasifikasikan sebagai objek wisata kecuali jika mengalami pengembangan tertentu.

Menurut UU No. 10 Tahun 2000 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata didefinisikan sebagai suatu entitas yang memiliki kekhasan, daya tarik estetis, dan nilai intrinsik, termasuk berbagai poin utama atau tujuan perjalanan mencakup berbagai aset, termasuk elemen alam, budaya, dan buatan manusia.

Menurut Hadiwijoyo (2012)(Hadiwijoyo, 2012) ada tiga :

1. Atraksi Wisata Alam

Objek wisata alam meliputi sumber daya alam yang memiliki potensi yang melekat dan memiliki daya tarik intrinsik bagi wisatawan, baik dalam keadaan tidak berubah dan mengikuti segala bentuk budidaya atau peningkatan.

2. Objek Wisata Sosial Budaya

Aset pariwisata sosial budaya memiliki potensi untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan sebagai daya tarik wisata, termasuk banyak elemen seperti museum, artefak sejarah, lokasi arkeologi, ritual tradisional, kerajinan tangan, dan seni pertunjukan.

3. Objek Minat Khusus Pariwisata

Objek wisata minat khusus merupakan salah satu jenis wisata yang baru berdiri di Indonesia. Tamasya ini sangat disukai oleh para pelancong yang memiliki motif tertentu.

Happy (2000) kebijakan dari rencana pembangunan nasional dan daerah harus menjadi landasan bagi perencanaan dan pengelolaan aset dan daya tarik wisata alam dan sosial budaya. Dalam hal kedua rencana kebijakan tersebut belum dibuat, tim perencanaan yang bertanggung jawab atas pengembangan situs dan daya tarik wisata harus mampu merumuskan rencana kebijakan yang sesuai untuk wilayah tertentu yang sedang dipertimbangkan.

Berdasarkan uraian di atas, objek dan daya tarik wisata dapat dilihat sebagai salah satu produk wisata yang mampu menarik minat masyarakat untuk mengunjungi suatu tujuan wisata tertentu.

### 2.1.5.3 Potensi Pariwisata

Potensi diartikan sebagai keterampilan atau kemampuan yang dapat dikembangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pariwisata mencakup kapasitas yang melekat untuk pengembangan pariwisata dalam suatu wilayah tertentu, yang memerlukan pertimbangan preferensi dan keinginan khusus pengunjung agar dapat secara efektif mendorong proses pengambilan keputusan dan perencanaan.

Konsep potensi membutuhkan pertimbangan yang cermat dan pemeriksaan tambahan. Penting untuk sepenuhnya memanfaatkan dan mengoptimalkan semua manfaat dan potensi yang dapat digarap. Tidak diragukan lagi, sifat multifaset dari fenomena ini memerlukan pemeriksaan terhadap kontribusi yang dibuat oleh semua pemangku kepentingan yang relevan, terlepas dari apakah individu terlibat secara langsung atau tidak langsung. Saling ketergantungan antara potensi suatu daerah dan industri pariwisatanya merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap pengembangan dan perluasan ekonomi lokal.

Konsep potensi wisata mengacu pada keseluruhan aset yang dimiliki oleh suatu lokasi yang memiliki nilai dan dapat digunakan secara efektif untuk kemajuan dan pertumbuhan sektor pariwisata. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Supriadi dan Roedjinandari (2017), Menurut UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata dianggap sebagai komponen penting dari keseluruhan kemajuan suatu bangsa. Diharapkan dapat dilaksanakan secara metodis, tertata, kohesif, dan berkelanjutan, dengan tetap menjunjung tinggi kelestarian nilai-nilai agama, warisan budaya, kelestarian lingkungan, dan kepentingan nasional. Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa potensi pariwisata mengacu pada suatu entitas yang memiliki kapasitas untuk berkembang dan mampu memberikan hasil yang menguntungkan di bidang pariwisata.

Istilah "potensi wisata" mengacu pada atribut atau sumber daya tertentu yang memiliki kapasitas untuk diubah menjadi tujuan wisata yang menarik melalui pengembangan dan peningkatan (Ferdinan, 2015). (Arjana, 2015) mengategorikan potensi ke dalam tiga kategori berbeda, di antara klasifikasi lainnya:

#### 1. Kemungkinan Wisata Alam

Potensi wisata alam mengacu pada karakteristik yang melekat pada suatu lokasi, termasuk flora dan faunanya, seperti pantai, hutan, pegunungan, dan fitur alam

lainnya. Manfaat dan kekhasan yang melekat pada lingkungan alam, bila dikembangkan dengan mempertimbangkan kondisi sekitar, berpotensi menarik pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

## 2. Prospek Wisata Budaya

Potensi wisata budaya muncul dari manifestasi kreativitas, preferensi estetika, dan agensi manusia, seperti yang ditunjukkan oleh tradisi, kerajinan tangan, seni, dan warisan sejarah generasi sebelumnya, termasuk struktur arsitektur, monumen, dan artefak berwujud dan tidak berwujud lainnya.

## 3. Potensi Pariwisata yang Diciptakan oleh Aktivitas Manusia

Manusia memiliki kapasitas untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata dengan cara melakukan pertunjukan tari, pameran seni budaya, dan bentuk pertunjukan daerah lainnya

### **2.1.6 Pengembangan Pariwisata (Wisata Bahari)**

Menurut Munasef dalam Hadiwijoyo (2012), pengembangan pariwisata mencakup serangkaian upaya dan inisiatif terkoordinasi yang komprehensif yang ditujukan untuk memikat wisatawan, menawarkan fasilitas dan infrastruktur yang diperlukan, serta produk dan layanan, untuk memenuhi permintaan pengunjung.

Pembangunan dapat didefinisikan sebagai proses sistematis yang ditujukan untuk memperbaiki dan meningkatkan entitas yang ada. Pengembangan daya tarik wisata meliputi pembangunan dan pemeliharaan berbagai sarana dan prasarana, serta penyediaan fasilitas tambahan. Fandeli (2000) pengembangan wisata terutama memerlukan kemajuan masyarakat dan pembangunan daerah, yang didasarkan pada prinsip-prinsip berikut:

1. Salah satu tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas Pelestarian identitas daerah dan norma budaya sangat penting dalam membina kehidupan komunal yang dinamis.
2. Meningkatkan tingkat pendapatan ekonomi dan mempromosikan pemerataan di antara penduduk lokal.
3. Fokusnya adalah untuk mempromosikan pertumbuhan usaha pariwisata kecil dan menengah yang memiliki kapasitas untuk menyediakan kesempatan kerja

yang signifikan dan didorong oleh upaya kerjasama yang berorientasi pada teknologi.

4. Memaksimalkan pemanfaatan pariwisata sebagai kekuatan positif dalam melestarikan tradisi budaya sekaligus meminimalkan dampak buruknya.

Menurut UU R1 No. 10 Tahun 2009, khusus pada Pasal 6 dan 7, aspek pengembangan wisata dibenahi. Pasal-pasal ini menekankan perlunya mempertimbangkan keragaman, orisinalitas, dan individualitas budaya dan lingkungan, bersama dengan persyaratan perjalanan individu, dalam proses pengembangan pariwisata. pengembangan wisata meliputi beberapa komponen seperti industri wisata, destinasi wisata, strategi pemasaran, dan lembaga wisata.

Menurut sejumlah ahli, antara lain *Cooper, Fletcherm Gilbertm Shepherd dan Wanhill* (1998) sebagaimana dikutip dalam (Sunaryo, 2013) unsur utama pertumbuhan wisatawan adalah sebagai berikut:

1. Objek atau daya tarik mencakup beragam entitas alam, budaya, atau buatan, termasuk peristiwa dan tempat menarik khusus.
2. Aksesibilitas mencakup beberapa aspek sistem transportasi, seperti jalur transit, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan, dan jenis transportasi lainnya.
3. Fasilitas mencakup berbagai fasilitas pendukung pariwisata seperti perumahan, tempat makan dan minum, gerai ritel, toko souvenir, layanan penukaran mata uang, agen perjalanan, pusat informasi perjalanan, dan fasilitas nyaman lainnya.
4. Salah satu faktor kunci yang berkontribusi terhadap pengalaman wisata secara keseluruhan adalah adanya fasilitas pendukung atau disebut juga *auxiliary services*. Fasilitas ini mencakup berbagai fasilitas penting yang memenuhi kebutuhan pengunjung, antara lain layanan perbankan, telekomunikasi, layanan pos, dan fasilitas kesehatan.
5. Kelembagaan memiliki peran penting dalam memfasilitasi dan mendukung pelaksanaan kegiatan wisata, dengan penekanan khusus pada keterlibatan masyarakat lokal sebagai tuan rumah.

Menurut Marpaung dalam Hadiwijoyo (2012) sebelum mengembangkan fasilitas wisata, faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam penciptaan daya tarik wisata harus dipelajari, diinventarisasi, dan dinilai. Sangat penting untuk menyelaraskan

pertumbuhan tempat wisata saat ini dengan preferensi pasar sasaran dan untuk memastikan pendekatan yang optimal dan sesuai untuk perluasannya.

Keberhasilan pelaksanaan pembangunan pariwisata memerlukan penggunaan metodologi perencanaan yang efektif dan cermat. Pendekatan perencanaan harus mencakup beberapa elemen yang berkontribusi pada pencapaian tujuan wisata. Unsur-unsur tersebut di atas mencakup beberapa dimensi aksesibilitas, antara lain transportasi dan saluran pemasaran. Mereka juga mencakup fitur infrastruktur wisata, jumlah interaksi sosial, konektivitas dan kompatibilitas dengan sektor lain, ketahanan terhadap pengaruh pariwisata, dan tingkat resistensi yang ditunjukkan oleh penduduk setempat (Pitana, 2019).

Carter dan Fabricus (2013), menegaskan bahwa perencanaan pengembangan wisata memerlukan pertimbangan faktor fundamental tertentu. Elemen-elemen tersebut setidaknya mencakup aspek-aspek berikut:

1. Evolusi Destinasi Wisata dan Tempat Menarik Atraksi mengacu pada elemen atau fitur yang membangkitkan motivasi dan minat wisatawan, sehingga mendorong mereka untuk mengunjungi berbagai tujuan wisata.
2. Evolusi Infrastruktur Pariwisata dan Fasilitas Penginapan Ada beberapa fasilitas wisata yang memerlukan pengembangan dari segi amenities. Ini termasuk pilihan akomodasi, restoran, Fasilitas yang tersedia antara lain pusat informasi turis, toko cinderamata, pusat kesehatan, layanan perbankan, fasilitas komunikasi, pos keamanan, biro perjalanan, dan penyediaan air bersih dan listrik, antara lain.
3. Pengembangan aksesibilitas tidak hanya mencakup penyediaan pilihan transit yang nyaman bagi pengunjung untuk mengakses lokasi wisata, tetapi juga pertimbangan seperti waktu tempuh, petunjuk menuju lokasi wisata, dan ketersediaan teknologi yang relevan.
4. Pengembangan Citra Pariwisata Membangun citra merupakan komponen penting dari strategi positioning, yang mencakup berbagai kegiatan yang ditujukan untuk membangun persepsi atau kesan yang baik di benak pasar sasaran (dalam hal ini wisatawan). Hal ini dicapai melalui pendekatan kohesif yang mengintegrasikan elemen-elemen seperti kualitas produk, materi promosi,

kebijakan penetapan harga, dan saluran pemasaran yang sesuai. Upaya ini perlu diselaraskan dengan citra atau kesan yang ingin ditumbuhkan, sekaligus efek.

Karena itu akan meningkatkan kesehatan atau pendapatan ekonomi masyarakat atau wilayah, gagasan untuk menciptakan tujuan wisata terkait erat dengan kehidupan lokal. Pendirian dan pengelolaan destinasi wisata terkait erat dengan perumusan kebijakan baik oleh entitas pemerintah maupun perusahaan. Kebijakan ini dirancang untuk menciptakan dan mengawasi atraksi wisata dengan tujuan utama menarik pengunjung.

Pengembangan pariwisata mengacu pada tindakan yang disengaja yang diambil oleh suatu wilayah tertentu untuk meningkatkan keterlibatan dalam kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata. Tujuan dan sasaran utama dari upaya tersebut harus sejalan dengan unit administrasi lokal, seperti asosiasi lingkungan atau kelompok masyarakat, untuk memastikan kesejahteraan Masyarakat kolektif. Hal ini sangat penting untuk penduduk lokal, karena inisiatif pembangunan harus memberikan hasil yang positif bagi penghidupan dan kualitas hidup mereka. Usaha-usaha tersebut perlu diupayakan agar tidak menimbulkan masalah atau komplikasi yang tidak diinginkan yang berpotensi membebani masyarakat di kemudian hari.

### **2.1.7 Surplus Konsumen**

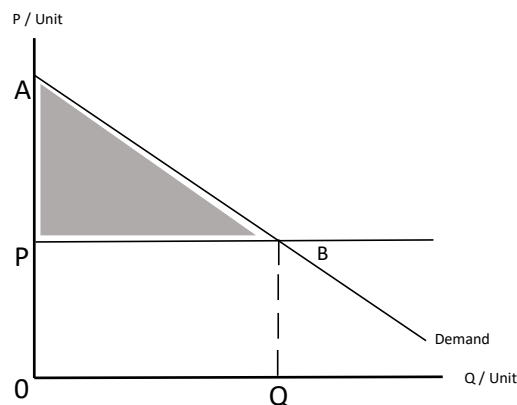
Penggunaan surplus secara efisien yang diperoleh dari sumber daya alam merupakan aspek penting dalam evaluasi ekonomi sumber daya tersebut. Untuk melakukan ini, pemahaman komprehensif tentang kurva permintaan dan penawaran adalah penting, karena memungkinkan penurunan yang lebih rinci dari gagasan surplus. Surplus konsumen adalah fenomena yang terjadi ketika pelanggan mendapatkan nilai lebih yang melebihi jumlah yang telah mereka bayarkan untuk suatu produk atau jasa. Kelebihan ini mungkin disebabkan oleh prinsip utilitas marjinal yang menurun. Konsumen memiliki kemampuan untuk melakukan pembayaran untuk masing-masing unit tergantung pada penilaian unit terbaru. Surplus konsumen adalah ukuran kesejahteraan ekonomi yang diperoleh individu dari kemampuan mereka untuk membeli setiap barang dagangan dengan biaya yang masuk akal (Djijono, 2002). Surplus konsumen dapat diukur melalui penggunaan rumus matematika tertentu:



$$CS = \frac{N^2}{2\alpha_1}$$

Dimana nilai N merupakan frekuensi kunjungan individu I selama satu tahun,  $\alpha_1$  adalah koefisien dari variabel biaya perjalanan (Fauzi, 2010). Seperti yang dinyatakan oleh Nicholson (2002), surplus konsumen mengacu pada nilai tambah yang diperoleh pelanggan dari suatu produk atau layanan di luar harga yang mereka bayar untuk itu. Surplus konsumen adalah metrik yang mengukur keuntungan bersih yang diperoleh konsumen dari keterlibatan mereka di pasar tertentu.

Besarnya surplus konsumen digambarkan pada Gambar 4 dibawah, yang diukur sebagai wilayah yang dibatasi oleh kurva permintaan dan garis harga.



Sumber : (Djijono, 2002)

Gambar 4 Kurva Surplus Konsumen

Keterangan:

P = harga barang dan jasa

Q = jumlah barang dan jasa

Pengaruh yang ditimbulkan oleh pengeluaran langsung wisatawan merupakan dampak langsung. Efek tidak langsung mengacu pada aktivitas ekonomi lokal yang dihasilkan dari pengeluaran unit bisnis yang terkena dampak langsung. Pengaruh tersebut di atas berasal dari unit usaha yang mengalami pengaruh langsung sehingga Proses produksi memerlukan penggunaan input, termasuk bahan baku dan tenaga kerja, yang bersumber dari beberapa sektor. Yang dimaksud dengan “dampak susulan” adalah kegiatan ekonomi yang terjadi pada tingkat masyarakat yang

bertahan sebagai akibat dari peningkatan pendapatan daerah yang dihasilkan oleh dampak lanjutan, yang meliputi manfaat langsung dan tidak langsung. Efek tersebut di atas berasal dari alokasi kas yang dihasilkan oleh kegiatan wisata dalam komunitas lokal, yang kemudian diinvestasikan kembali di wilayah geografis yang sama baik secara langsung maupun tidak langsung.

### **2.1.8 Travel Cost Method**

*Travel Cost Method* (TCM) adalah metodologi yang digunakan oleh ekonomi lingkungan untuk menilai sejauh mana permintaan untuk manfaat lingkungan. Pendekatan ini memanfaatkan biaya perjalanan sebagai proksi penetapan harga (Fauzi, 2016). Evaluasi ekonomi biaya perjalanan dalam Pengobatan Tradisional Cina (TCM) menunjukkan variasi ketika menentukan cara mencapai lokasi wisata yang diinginkan. Penilaian ditentukan dari titik keberangkatan awal bagi mereka yang melakukan perjalanan ke tempat tujuan wisata yang telah ditentukan, dengan kewajiban pembayaran berdasarkan jarak yang akan ditempuh. Kedekatan lokasi dengan objek wisata berbanding terbalik dengan besarnya biaya perjalanan yang akan dikeluarkan. Di sisi lain, semakin jauh jarak yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan wisata, semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan.

Menurut (Sugiharti et al., 2019), variasi lokasi geografis secara signifikan dapat mempengaruhi keinginan individu untuk berwisata. Penting untuk dicatat bahwa permintaan ini harus efektif dan selaras dengan daya beli individu. Kedekatan lokasi dengan tujuan memberi manfaat, karena mendorong individu untuk lebih sering mengunjungi tempat-tempat wisata ini sambil mengurangi biaya perjalanan. Artinya, individu memperoleh surplus konsumen, yang mengacu pada jumlah surplus antara keinginan mereka untuk membayar dan harga yang ditetapkan. Surplus konsumen adalah ukuran yang mengkuantifikasi nilai yang diberikan individu pada destinasi tertentu, khususnya dalam konteks pariwisata, dengan mempertimbangkan frekuensi kunjungan mereka (Fauzi, 2016).

### **2.1.9 Pendapatan**

Mahyar (2016) menegaskan bahwa ada banyak jenis pendapatan, tergantung pada bagaimana tantangan diorientasikan. Contohnya meliputi:

Saat mempertimbangkan biaya yang dibayarkan sehubungan dengan uang yang diperoleh, konsep pendapatan dapat dikategorikan ke dalam:

A. Pendapatan mengacu pada uang yang dihasilkan tanpa memperhitungkan pengeluaran terkait yang dikeluarkan dalam pembuatannya.

B. Pendapatan, dalam konteks pembahasan ini, mengacu pada pendapatan bersih yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran terkait yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan tersebut. Konsep pendapatan dapat dikategorikan menjadi dua komponen yang berbeda: pendapatan sebelum pajak dan pendapatan setelah pajak.

- i. Ketika memeriksa cara pendapatan diperoleh, konsep tersebut dapat dikategorikan menjadi dua komponen yang berbeda:
- ii. i. Pendapatan dihasilkan melalui penggunaan modal.
- iii. Penghasilan yang dihasilkan melalui penggunaan layanan.

#### **2.1.10 Tingkat Pendidikan**

Menurut Lestari & Dewanti (2019) pendidikan dapat didefinisikan sebagai proses dimana individu meningkatkan bakat, sikap, dan pola perilakunya, baik melalui lembaga formal maupun informal, sebagai persiapan untuk kehidupan masa depan mereka. Pendidikan adalah usaha yang bertujuan dan metodis yang berupaya membangun lingkungan belajar yang menyenangkan dan mempromosikan proses di mana siswa terlibat dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan secara aktif mengembangkan kemampuan bawaan mereka untuk memperoleh kekuatan agama dan spiritual, melatih disiplin diri, mendorong pertumbuhan pribadi, meningkatkan kecakapan intelektual, menumbuhkan karakter yang bajik, dan memperoleh kompetensi yang diperlukan untuk kemajuan diri, masyarakat, bangsa, dan negara. Di negara Republik Indonesia, sebuah undang-undang yang signifikan diundangkan pada tahun 2003. Undang-undang yang dikenal dengan UU No. 20 Tahun 2003 ini khusus mengatur bidang pendidikan. Ini adalah hukum utama yang mengatur pendidikan di negara ini.

Menurut Feni dalam kajian Kosilah dan Septian (2020), fenomena Feni dikaji secara mendalam, khususnya dalam kaitannya dengan banyak aspek dan implikasinya. Temuan penelitian penulis menyoroti sifat Feni yang multifaset,

memberikan wawasan yang berharga Pendidikan mengacu pada pemberian saran dan bantuan oleh orang dewasa untuk memfasilitasi pertumbuhan anak-anak, memungkinkan mereka mencapai kedewasaan dan memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk secara mandiri melaksanakan tugas mereka. tanggung jawab hidup. Menurut Hariandja, sebagaimana dikutip dalam Nuruni (2014), peningkatan pencapaian pendidikan karyawan berpotensi meningkatkan daya saing perusahaan dan dengan demikian meningkatkan kinerjanya secara keseluruhan.

### **2.1.11 Persepsi Pengunjung**

Proses memilih, mengatur, dan menafsirkan input disebut persepsi. Sesuai dengan temuan Schiffman dan Leslie seperti yang dikutip dalam Sumarwan (2011), persepsi dapat digambarkan sebagai proses kognitif dimana individu secara aktif memilih, mengatur, dan memberi makna pada berbagai masukan, yang pada akhirnya membentuk representasi yang koheren dari lingkungan sekitarnya. . Berdasarkan pemahaman persepsi, dapat disimpulkan bahwa persepsi meliputi proses kognitif untuk membedakan, mengatur, menafsirkan, dan memahami informasi dengan tujuan untuk mencapai pemahaman yang lebih komprehensif tentang banyak fenomena yang ada di alam semesta. Individu menunjukkan berbagai persepsi pada item tertentu sebagai hasil dari tiga proses kognitif yang berbeda, yaitu:

1. Perhatian selektif mengacu pada proses kognitif di mana individu memfokuskan kesadaran mereka pada beberapa rangsangan sambil menyaring yang lain. Dalam perjalanan kehidupan sehari-hari, individu dihadapkan pada banyak rangsangan, yang sebagian besar tidak diperhatikan atau ditanggapi secara sadar karena keterbatasan kapasitas kognitif.
2. Distorsi selektif mengacu pada kecenderungan individu untuk memodifikasi informasi sesuai dengan pemahaman mereka sendiri dan menafsirkannya dengan cara yang sejalan dengan keyakinan mereka yang ada, bukan bertentangan dengan mereka.
3. Retensi selektif mengacu pada fenomena di mana individu cenderung melupakan sebagian besar informasi yang mereka peroleh, sambil mempertahankan dan mengingat kembali informasi yang sejalan dengan ide dan keyakinan mereka yang ada. Akibatnya, pemasar sering menggunakan strategi

menggunakan elemen dramatis dan pesan berulang untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiens yang dituju. Berbagai faktor dapat mempengaruhi persepsi individu, termasuk aktor yang terlibat dalam proses tersebut.

Ketika individu mengamati target tertentu dan mencoba menginterpretasikannya, interpretasi mereka dapat Perilaku individu dapat dibentuk oleh berbagai kualitas pribadi, termasuk pandangan, motif dan keinginan individu, suasana hati, interaksi sebelumnya, keberhasilan belajar sebelumnya, dan harapan.

1. Fokus observasi berkaitan dengan atribut subjek yang memiliki potensi untuk mempengaruhi hasil yang dirasakan.
2. Perspektif individu dapat dipengaruhi oleh komponen yang ada di lingkungan sekitarnya (Robbins, 2007).

#### **2.1.12 Lokasi Wisata**

Teori lokasi menurut Tjiptono (2008) adalah bidang studi yang menitikberatkan pada penataan ruang kegiatan ekonomi atau sebaran geografis dari potensi batuan bawah permukaan serta bagaimana faktor-faktor tersebut berhubungan atau berdampak pada keberadaan berbagai kegiatan komersial dan lainnya, baik sosial maupun ekonomi. Tjiptono (2008), berpendapat bahwa lokasi bisnis mengacu pada lokasi operasional dimana perusahaan melakukan operasinya untuk menghasilkan produk dan jasa yang terutama difokuskan pada komponen ekonomi, menurut (Levy, 2007). lokasi mengacu pada penempatan fisik tertentu dari suatu perusahaan di dalam wilayah geografis tertentu. Sesuai dengan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, pariwisata adalah setiap perjalanan wisata yang bersifat sukarela dan bersifat sementara yang dilakukan dengan maksud untuk mengalami dan menghargai tujuan dan daya tarik wisata. Istilah "lokasi wisata" dapat dipahami sebagai merujuk pada situs atau area geografis tertentu yang berfungsi sebagai tujuan populer bagi wisatawan.

#### **2.1.13 Daya tarik wisata**

Ratnawati & Damanik (2017) mendefinisikan daya tarik wisata sebagai suatu perusahaan dengan operasi yang mengelola daya tarik wisata berupa daya tarik wisata buatan, budaya, dan alam. Menurut Nurlestari (2016) konsep daya tarik wisata mencakup unsur-unsur seperti nilai daya tarik, kekhasan, dan aksesibilitas

ke tujuan liburan di daerah tertentu. Menurut Firdaus & Riana (2020) atraksi atau atraksi wisata dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama: atraksi situs dan atraksi acara. Atraksi situs mengacu pada lokasi menawan yang menyediakan lanskap dan lingkungan yang menarik secara visual. Di sisi lain, atraksi acara mencakup berbagai kegiatan terkait pariwisata seperti konferensi, pameran, acara olahraga, festival, dan lainnya. Menurut Yoeti (1996) daya tarik wisata yang prospektif dapat diklasifikasikan demikian jika memiliki tiga kualitas utama. Sifat-sifat ini adalah:

1. Wisatawan harus dapat berpartisipasi atau melihat kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata di wilayah tersebut.
2. Kawasan ini harus menyediakan pilihan souvenir buatan lokal yang sesuai dengan preferensi pengunjung yang ingin melakukan pembelian.
3. Lokasi harus memiliki karakteristik berbeda yang membedakannya dari area lain, menawarkan atraksi atau fitur terkenal untuk dinikmati pengunjung.

## 2.2 Tinjauan Empiris

Berikut ini adalah penjelasan dan keterkaitan sistematis dengan kajian yang akan dilakukan ilmuwan dari penilaian empiris penelitian terdahulu terhadap temuan penelitian yang dilakukan:

Tabel 2 Penelitian terdahulu

<b>Nama Peneliti/ Tahun</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Zulpikar et al., (2018)	Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran: Valuasi Ekonomi Daya Tarik Wisata Berbasis Lingkungan Menggunakan Metode Travel Cost	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Hasil penelitian menunjukkan potensi ekonomi ekowisata di Pantai Batu Karas mencapai Rp 86,571,960,874.00 per tahun dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp 566,183.00. per individu per tahun.  Biaya perjalanan, jarak dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisata ke Pantai Batu Karas, sedangkan usia pengunjung, pendapatan, tingkat

			pendidikan dan jumlah anggota kelompok tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan.
Agitilaviani & Nindyantoro (2018)	Estimasi Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Jalur Pendakian Cibodas Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Hasil penelitian menunjukkan jalur pendakian Cibodas sebagai salah satu pemanfaatan kawasan TNGGP memiliki nilai ekonomi wisata sebesar Rp 3.762.441 306. Berdasarkan temuan penelitian, jenis kelamin, usia, biaya perjalanan, dan waktu tempuh merupakan lima variabel sosial yang berpengaruh signifikan terhadap pariwisata di jalur pendakian Cibodas.
Safitri (2017)	<i>Economic Valuation of Lakey Beach Green Tourism, Dompu Regency: Travel Cost Method</i>	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Hasil temuan menunjukkan bahwa objek wisata Lakey di Kabupaten Dompu memiliki nilai ekonomi sebesar Rp190.192.740.117,18.  Banyaknya waktu yang dihabiskan di tempat wisata Lakey di Kabupaten Dompu tergantung pada beberapa faktor antara lain biaya perjalanan, pendapatan rata-rata per bulan, waktu tempuh, usia, dan tahun pendidikan.
Zulpikar et al., (2018)	<i>Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method</i>	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Temuan studi mengungkapkan potensi PDB pulau Pulau Untung Jawa sebesar Rp 68.505.101.600 dan surplus Rp 397.592 per orang bepergian. Jumlah tersebut lebih dari tarif-tarif pengunjung saat ini yang rata-rata Rp 296.860 per orang per perjalanan.  Perubahan positif pada situasi ekonomi masyarakat umum disebabkan oleh pariwisata kegiatan. Temuan studi

			tersebut telah memberikan informasi penting bagi pengelolaan pelampung daya apung yang sedang berjalan.
Mathew, Ramachandran, Mohamad Afandi, (2018)	<i>Economic Valuation Using Travel Cost Method (TCM) in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi, Malaysia</i>	<i>Travel Cost Method (TCM)</i>	Temuan menunjukkan bahwa keuntungan yang diproyeksikan menggunakan penyesuaian biaya perjalanan, berdasarkan tingkat kepuasan yang dicapai, adalah €288.000.000 dan jumlah hari yang dihabiskan di taman masing-masing adalah €141.000.000. Ini lebih tinggi dari penyesuaian surplus konsumen, berdasarkan kepuasan yang dicapai, yaitu €278.640.000 dan jumlah jam yang dihabiskan adalah €123.840.000.
Torres-Ortega et al., (2018)	<i>Economic Valuation of Cultural Heritage: Application of Travel Cost Method to the National Museum and Research Center of Altamira</i>	<i>Travel Cost Method (TCM)</i>	Temuan ini memberikan perkiraan nilai ekonomi tahunan Galeri Nasional dan Pusat Penelitian Altamira, yang berkisar antara 4,75 dan 8,00 juta euro.
Rifky et al., (2018)	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta	<i>Travel Cost Method (TCM)</i>	Temuan menunjukkan bahwa penilaian ekonomi Pantai Parangtritis sebesar Rp 14.605.101.491.
Putri & Juwana, (2019)	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul Menggunakan Pendekatan <i>Travel Cost Method</i>	<i>Travel Cost Method (TCM)</i>	Frekuensi perjalanan ke Pantai Parangtritis dipengaruhi oleh banyak karakteristik, antara lain biaya total, status finansial, usia, dan tingkat pendidikan. Seluruh nilai ekonomi Gua Pindul dihitung menggunakan ZTCM dan ITCM, dan hasilnya adalah Rp. 10.705.348.126 dan Rp. 26.075.382.185 masing-masing. Nilai surplus konsumen yang dihasilkan

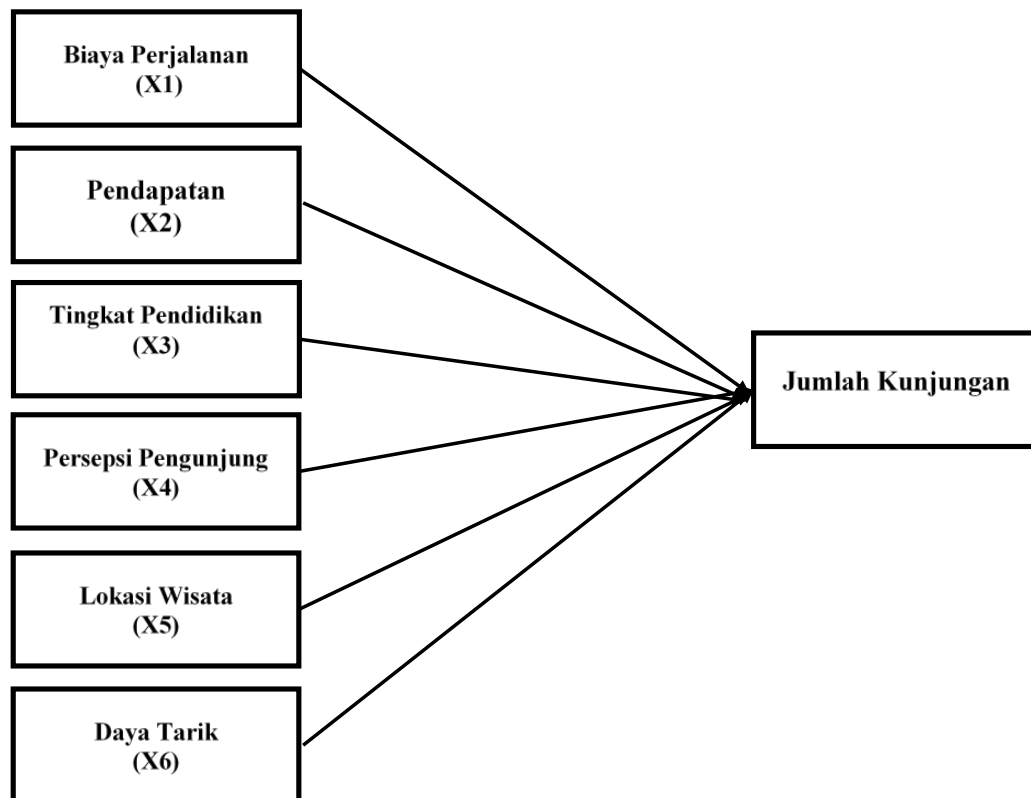


			melalui penggunaan ZTCM adalah Rp. 7.428.342.496, sedangkan penggunaan ITCM menghasilkan nilai surplus konsumen sebesar Rp. 10.399.524.104. Nilai ekonomi yang ditetapkan selanjutnya dapat digunakan sebagai pendekatan yang layak untuk pengelolaan lingkungan..
Sugiharti et al., (2019)	Kajian Valuasi Ekonomi Objek Wisata Sekar Langit Kabupaten Magelang dengan Pendekatan <i>Travel Cost Method</i>	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Kabupaten Magelang memiliki potensi keindahan alam yang cukup besar yang belum tergarap, sehingga bermunculan tempat-tempat wisata baru yang memberikan pengalaman unik dan menawan di ranah pariwisata. wisatawan.
Yuniartini, (2021)	Penerapan <i>Travel Cost Method</i> Dalam Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Budaya Desa Penglipuran Kabupaten Bangli	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	Sebagai hasil dari fungsi permintaan wisatawan, nilai penggunaan langsung (DUV) dari KWBDP ditentukan menjadi Rp 1.724.882.013.158,41, dan perkiraan kesediaan membayar pengunjung KWBDP adalah Rp 276.201.129.591,44. Kuantitas kunjungan wisatawan KWBDP dipengaruhi oleh variabel negatif antara lain biaya perjalanan dan pendapatan. Variabel yang berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kuantitas kunjungan wisatawan KWBDP sesuai urutan yang diamati adalah atraksi wisata dan destinasi alternatif.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Pantai Mutun secara signifikan diasosiasikan dengan wisatawan sebagai semacam kegiatan rekreasi. Hasil yang diantisipasi dari penyelidikan yang berkaitan dengan

atribut dan perspektif pengunjung siap untuk memberikan wawasan tambahan, yang dapat berfungsi sebagai dasar untuk pembentukan pedoman berorientasi layanan oleh badan manajerial. Semua individu yang terlibat dalam kegiatan wisata pasti akan menghadapi berbagai biaya perjalanan, termasuk biaya transportasi, dokumen, konsumsi, parkir, dan lainnya, sehubungan dengan biaya tiket masuk. Selain itu, variabel sosial ekonomi seperti pendapatan secara umum, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis berdampak pada frekuensi kunjungan, selain biaya yang terkait dengan perjalanan. Aspek tambahan yang berdampak antara lain pengetahuan yang ada tentang persepsi dan daya tarik pengunjung, serta keuntungan yang diperoleh. Bagian berikut menggambarkan orientasi kognitif dari mereka yang mengunjungi Pantai Mutun :



Gambar 5 Kerangka Pemikiran

Evaluasi ekonomi suatu daerah tujuan wisata dinilai dengan menggunakan beberapa karakteristik sosial ekonomi yang signifikan sesuai dengan landasan teori dan penelitian sebelumnya. Sinclair (1997) permintaan pariwisata bergantung pada faktor-faktor seperti pendapatan dan harga. Berdasarkan pengamatan di atas, dapat

disimpulkan bahwa individu yang kekayaannya melebihi kebutuhan sehari-hari cenderung memiliki dampak yang menguntungkan pada berbagai bentuk pariwisata dan lokasi wisata. Tingkat pendapatan secara signifikan mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan tentang pilihan mereka untuk mengunjungi tempat wisata. Semakin banyak pendapatan yang dapat dibelanjakan, semakin besar kemungkinan melakukan perjalanan yang diinginkan, sehingga menghasilkan peningkatan permintaan. Kajian (Yoeti, 1996) sebagaimana dikutip dalam karya Wicaksono (2014). Ada korelasi penting antara tingkat kekayaan dan frekuensi kunjungan wisatawan. Hubungan antara perubahan pendapatan dengan perubahan jumlah kunjungan wisatawan.

Atraksi wisata dapat dikategorikan menjadi tiga jenis yang berbeda: atraksi alam, atraksi budaya, dan atraksi minat khusus. Ada tiga kategori tempat wisata berbeda yang memiliki kapasitas untuk menarik pengunjung. Selain itu, objek wisata tersebut harus memenuhi kriteria tertentu untuk memastikan bahwa wisatawan yang berkunjung memiliki rasa puas selama mereka tinggal. Persyaratan tersebut meliputi adanya objek dan daya tarik wisata yang khas di suatu lokasi tertentu, yang membedakannya dari tempat lain. Intinya, kawasan tersebut harus memiliki daya tarik tersendiri dan landmark budaya yang dapat menjadi sumber hiburan bagi pengunjung. Berbagai atraksi termasuk pemandangan alam, kegiatan rekreasi, upaya artistik, dan tujuan wisata populer. Oleh karena itu, penting untuk melestarikan dan memelihara daya tarik suatu tujuan wisata untuk mendorong kunjungan berulang dan meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan. Daya pikat suatu destinasi wisata memunculkan kesan tersendiri pada setiap pengunjung, dan jika evaluasi daya tarik tempat wisata tersebut menguntungkan, pengunjung lebih cenderung mempertimbangkan untuk berkunjung kembali.

Menurut Firdaus & Riana (2020) menegaskan bahwa jarak ekonomi berkaitan dengan biaya temporal dan keuangan yang terkait dengan perjalanan dari titik keberangkatan ke tujuan dan selanjutnya kembali. Ada korelasi positif antara jarak ekonomi dan penolakan untuk mencapai suatu tujuan, yang berdampak negatif pada permintaan. Di sisi lain, jika terjadi pengurangan waktu perjalanan atau biaya

perjalanan, diharapkan akan ada peningkatan permintaan yang sesuai. Ratnawati & Damanik (2017) mengemukakan bahwa ada korelasi negatif antara jarak pengunjung dari lokasi wisata dan permintaan atraksi tersebut.

Destination Tourism Wonders (DTWs) yang berfungsi sebagai tempat menarik bagi wisatawan (Yoeti, 1996). Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA) memberikan daya pikat atau manfaat tersendiri dimana daya tarik estetika suatu destinasi wisata tetap terjaga dan dalam keadaan aslinya. Tingkat ketertarikan pengunjung terhadap objek wisata alam ini bergantung pada praktik pengelolaan yang efektif. Tidak diragukan lagi keajaiban alam ini pasti akan menimbulkan kepuasan di antara para pelancong.

#### **2.4 Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

1. Diduga variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah pengunjung Pantai Mutun.
2. Diduga variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap jumlah pengunjung Pantai Mutun.
3. Diduga variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap jumlah pengunjung Pantai Mutun.
4. Diduga variabel persepsi pengunjung berpengaruh positif terhadap jumlah pengunjung Pantai Mutun.
5. Diduga variabel lokasi wisata berpengaruh negatif terhadap jumlah pengunjung Pantai Mutun.
6. Diduga variabel daya tarik atau panorama alam berpengaruh positif terhadap jumlah pengunjung Pantai Mutun.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Di tempat tujuan wisata populer Pantai Mutun, penelitian ini dilakukan. Tempat Wisata Pantai Mutun ini berada di wilayah Desa Sukajaya Lempasing, di dalam wilayah Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran yang terletak di Provinsi Lampung. Pemilihan destinasi wisata ini didasarkan pada popularitasnya sebagai destinasi pantai yang menarik banyak orang. Akibatnya, masuknya wisatawan ini memiliki banyak implikasi bagi penduduk lokal yang berada di sekitar lokasi wisata.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data sekunder dan primer digunakan dalam penyelidikan ini oleh para akademisi. Data primer adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui pemberian kuesioner dan melakukan wawancara langsung dengan orang-orang. Data bekas mengacu pada informasi penelitian yang diperoleh melalui sumber perantara atau tidak langsung, termasuk namun tidak terbatas pada buku, dokumen, bukti terkini, atau arsip, terlepas dari status publikasinya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dalam rangka penelitian ini memerlukan pengumpulan informasi langsung dari lapangan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner. Metode tersebut antara lain mengajukan pertanyaan kepada individu untuk mendapatkan data yang sesuai dengan subjek penelitian. Data sekunder untuk penelitian ini dikumpulkan dari buku, jurnal, Dinas

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dan Kabupaten Pesawaran, antara lain sumber..

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Kata "populasi" mengacu pada kategori luas dari hal-hal atau orang-orang yang telah dipilih peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan karena mereka memiliki atribut dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2016). populasi tidak hanya mencakup jumlah individu yang ada di dalam item atau topik yang diselidiki, tetapi juga mencakup atribut atau fitur yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Penelitian ini mengumpulkan data dari komunitas responden, yaitu pengunjung Pantai Mutun, dengan jumlah sampel sebanyak 33.000 orang.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016), sampel adalah representasi dari ukuran dan ciri populasi. Menurut (Sugiyono, 2016). konsep sampel mengacu pada subset individu atau objek yang dipilih dari populasi yang lebih besar. Agar sampel dianggap valid, ia harus secara akurat mencerminkan fitur dan proporsi populasi dari mana ia diambil. Ukuran sampel mengacu pada jumlah sampel yang akan diambil dari populasi tertentu. Penulis menggunakan strategi pengambilan sampel non-probabilitas dalam penelitian mereka. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan penggunaan strategi purposive sampling, yang termasuk dalam metode non-probability sampling. Purposive sampling sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono, 2016) adalah teknik pengambilan sampel yang ditandai dengan pertimbangan yang bertujuan dan disengaja dalam pemilihan partisipan.

Sampel yang dipilih adalah sebagian dari populasi yang telah dipilih untuk secara akurat mencerminkan karakteristik dan atribut dari seluruh populasi untuk tujuan penelitian. Kumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan fitur yang khas dari populasi. Sampel untuk penyelidikan ini ditentukan dengan menggunakan metodologi yang diusulkan oleh Lameshow et al (1990).

$$n = \frac{Z^2 \mathbf{1} \frac{\alpha}{2} \times \mathbf{p}(1 - \mathbf{p}) \times \mathbf{N}}{d^2(\mathbf{N} - \mathbf{1}) + Z^2 \mathbf{1} \frac{\alpha}{2} \times \mathbf{p}(1 - \mathbf{p})}$$

**Keterangan:**

$\eta$  = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$Z^2 \mathbf{1} \frac{\alpha}{2}$  = Nilai Z pada derajat kepercayaan  $\mathbf{1} \frac{\alpha}{2}$  (1,960)

d = Tingkat kepercayaan atau ketepatan yang diinginkan (0,9)

p = Proporsi hal yang diteliti (0,56)

$$n = \frac{(1,960)^2 \times 0,56 \times 0,44 \times 33.000}{(0,09)^2 (32.999) + (1,960)^2 \times 0,56 \times 0,44}$$

$$n = \frac{31.236,8178}{268,23847}$$

$$n = 116,45$$

$$n = 116 \text{ (Dibulatkan)}$$

Menurut rumus yang digunakan, nilai n yang diperoleh adalah 116,45, yang dapat didekati dengan 116 individu. Konsekuensinya, untuk memastikan validitas penelitian, penulis harus mengumpulkan data dari sampel yang terdiri dari tidak kurang dari 116 partisipan. Responden dalam penelitian ini adalah mereka yang mengunjungi pantai Mutun minimal satu kali dalam setahun dan memenuhi syarat usia minimal 17 tahun.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Kuesioner

Jika peneliti mengetahui dengan jelas faktor-faktor yang ingin mereka selidiki dan menyadari apa yang dapat diantisipasi dari responden, maka kuesioner merupakan pendekatan pengumpulan data yang efektif (Sugiyono, 2016). Kuesioner, terkadang disebut sebagai daftar pertanyaan, memiliki tujuan yang pasti, yaitu berfungsi sebagai metode pengumpulan data untuk mendapatkan representasi yang akurat dari skenario yang diberikan. Kuesioner memainkan peran penting karena mencakup semua tujuan layanan yang diinginkan (Sugiyono, 2016). Kuesioner telah muncul sebagai metode perintis untuk mengumpulkan data primer. Jawaban responden terhadap kuesioner dinilai berdasarkan skala Likert, yang memiliki lima alternatif penilaian yang berbeda. Skala Likert adalah instrumen psikometri yang sering digunakan dalam kuesioner penelitian sebagai alat survei. Skala yang

dimaksud digunakan untuk tujuan menilai sikap, pandangan, dan persepsi yang dianut individu atau kelompok tentang berbagai fenomena sosial. Skala Likert mencakup dua jenis pernyataan: pernyataan positif ke negatif dan pernyataan negatif ke positif.

### 3.4.2 Dokumentasi

Menurut Faisal (1990) adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat melalui catatan informasi pribadi responden yang disajikan dalam bentuk kertas. Metodologi pengumpulan data khusus ini dapat digunakan untuk mengambil informasi historis. Data biasanya terwujud dalam berbagai format seperti buku, arsip, agenda, makalah, dan sumber terkait penelitian lainnya.

### 3.5. Definisi Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah komponen dari studi penelitian yang menentukan bagaimana mengukur suatu variabel, per Singarimbun & Efendi (2014). Penelitian ini menggunakan variabel dependen yang dilambangkan dengan Y yang mewakili frekuensi kunjungan tahunan. Variabel independen mencakup banyak faktor yang diyakini mempengaruhi frekuensi kunjungan. Penelitian ini mengkaji banyak faktor independen, antara lain biaya perjalanan (X1), pendapatan (X2), tingkat pendidikan (X3), persepsi pengunjung (X4), lokasi/jarak wisata (X5), dan daya tarik (X6). Variabel-variabel yang akan diteliti dalam model ekonometrika adalah sebagai berikut (Sianturi, 2014) :

#### 1. Biaya Perjalanan (X1)

Biaya perjalanan merupakan bagian yang signifikan dari keseluruhan biaya perjalanan dan mempengaruhi permintaan pengunjung (Sukwika & Rahmatulloh, 2021). Besarnya biaya perjalanan tergantung pada biaya yang dikeluarkan selama persinggahan ke Pantai Mutun. Biaya tersebut meliputi biaya masuk, biaya transportasi, pengeluaran konsumen, dan biaya lainnya.

Penetapan skor variabel Biaya Perjalanan dapat diberi nilai sebagai berikut:

< Rp 200.000 dengan nilai	= 1
Rp 201.000,- s/d Rp 400.000 dengan nilai	= 2
Rp 401.000,- s/d Rp 600.000 dengan nilai	= 3
Rp 601.000,- s/d Rp 800.000 dengan nilai	= 4



Rp 801.000,- s/d Rp 1.000.000 dengan nilai = 5

## 2. Pendapatan (X2)

Pengunjung Pantai Mutun memiliki kisaran pendapatan, oleh karena itu variabel pendapatan ini menjadi pertimbangan dalam menghitung satuan rupiah studi. Pengukuran pendapatan individu dapat didekati melalui banyak cara. Bagi individu yang bekerja, penghasilan seringkali diperoleh dari upah atau gaji yang diterima setiap bulan. Dalam kasus pelajar, pendapatan mereka seringkali diwakili oleh tunjangan bulanan yang mereka dapatkan, yang biasa disebut dengan uang saku. Bagi petani, pendapatan ditentukan oleh hasil panen bulanan mereka. Terakhir, untuk ibu rumah tangga, pendapatan dinilai berdasarkan total pengeluaran konsumsi bulanan. Ketika pendapatan individu meningkat, demikian pula peningkatan yang sesuai dalam standar hidup mereka, termasuk tidak hanya kebutuhan mendasar seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal, tetapi juga kebutuhan tambahan seperti kegiatan rekreasi. Penetapan nilai pada skor variabel pendapatan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

< Rp 2.000.000 dengan nilai =1

Rp 2.000.000,- s/d Rp 3.000.000 dengan nilai =2

Rp 3.000.000,- s/d Rp 4.000.000 dengan nilai =3

Rp 4.000.000,- s/d Rp 5.000.000 dengan nilai =4

> Rp 5.000.000 dengan nilai =5

## 3. Tingkat Pendidikan (X3)

Pendidikan mengacu pada tingkat pendidikan formal yang ditempuh responden pada saat wawancara, yang diukur dengan jumlah tahun. Pendidikan yang dievaluasi berdasarkan tingkat ketergantungan pada waktu pendidikan, meliputi:

Tamat SD dengan nilai = 1

Tamat SMP dengan nilai = 2

Tamat SMA dengan nilai = 3

Tamat Diploma Tiga dengan nilai = 4

Tamat Sarjana atau di atasnya dengan nilai = 5

#### 4. Persepsi Pengunjung (X4)

Menurut (Sukwika & Rahmatulloh, 2021), persepsi pengunjung adalah opini yang berupa persepsi dan sikap terhadap daya tarik wisata, fasilitas wisata, fasilitas umum, informasi pariwisata, dan pelayanan yang ditawarkan kepada wisatawan selama berada di dalam daya tarik wisata. Persepsi pengunjung mengacu pada evaluasi atau perspektif yang dimiliki oleh pengunjung terhadap subjek atau objek tertentu. Untuk menumbuhkan kesan yang baik, penting bagi sebuah objek wisata untuk meningkatkan kualitas penawarannya. Nilai-nilai berikut dapat digunakan untuk mengkategorikan skor variabel perseptual:

Sangat Buruk dengan nilai	= 1
Buruk dengan nilai	= 2
Cukup Baik dengan nilai	= 3
Baik dengan nilai	= 4
Sangat Baik dengan nilai	= 5

#### 5. Lokasi wisata/jarak (X5)

Teknik nilai ekonomis didasarkan pada jarak tempuh antara rumah pengunjung dengan Obyek Wisata Pantai Mutun. Dimasukkannya variabel ini penting karena hubungan teoretisnya dengan efek potensial pada frekuensi kunjungan. Variabel yang mewakili kategorisasi skor jarak ke tujuan wisata dapat diberi nilai berikut;

< 10 km dengan nilai	=1
10-20 km dengan nilai	=2
20-30 km dengan nilai	=3
30-40 km dengan nilai	=4
> 40 km dengan nilai	=5

#### 6. Daya tarik (X6)

Pengertian daya tarik wisata alam lebih jauh lagi diartikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai dalam konteks keragaman kekayaan alam yang menjadi tujuan atau tujuan kunjungan wisatawan. Pemilihan lokasi wisata banyak dipengaruhi oleh daya tarik tempat itu sendiri. Studi yang dilakukan oleh (Yoeti, 1996) meneliti daya tarik relatif

lokasi tujuan wisata dibandingkan dengan tujuan wisata lainnya. Skor variabel untuk daya tarik dapat diklasifikasikan menggunakan nilai-nilai berikut:

Sangat Tidak Menarik dengan nilai	= 1
Tidak Menarik dengan nilai	= 2
Cukup Menarik dengan nilai	= 3
Menarik dengan nilai	= 4
Sangat Menarik dengan nilai	= 5

### 3.6 Uji Kualitas Data

#### 3.6.1 Uji Validitas

Instrumen untuk menilai validitas kuesioner adalah uji validitas. Validitas suatu kuesioner ditentukan oleh kemampuannya untuk secara akurat mengukur konstruk atau variabel yang hendak dinilai melalui pertanyaan-pertanyaan yang dimasukkan dalam kuesioner. Kebutuhan akan validitas muncul dari potensi pemrosesan data yang cacat, yang mengarah pada pembuatan temuan yang tidak secara akurat mencerminkan objek pengukuran yang dimaksud. Derajat validitas ditentukan dengan menggunakan rumus Product Moment dengan cara sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- Simbol "rxy" mewakili koefisien korelasi. Koefisien mewakili hubungan antara variabel X dan variabel Y.
- Biarkan X mewakili nilai numerik yang diberikan untuk setiap pernyataan oleh masing-masing responden.
- Y adalah skor kumulatif yang diperoleh dari agregasi semua pernyataan yang diberikan oleh masing-masing responden.

Dengan kriteria pengujian :

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3. Kolom korelasi total elemen yang disesuaikan menampilkan nilai r yang dihitung.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metodologi yang umum digunakan untuk menilai sifat pengukuran kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel. Alat ukur yang secara konsisten menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan disebut sebagai alat ukur yang andal. Koefisien reliabilitas digunakan untuk menginterpretasikan hasil pengukuran, secara khusus menunjukkan sejauh mana alat pengukur mampu menangkap variasi yang melekat di antara individu. Atribut reliabilitas sangat penting, karena data yang kurang reliabilitas atau ketidakmampuan untuk menjalani pemrosesan lebih lanjut dapat memberikan hasil yang tidak meyakinkan. Pengukuran dilakukan satu kali, dan reliabilitas dinilai menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( ) atau Cronbach Alpha. Dalam skenario khusus ini, pengukuran dependabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha yang sering disebut sebagai koefisien alpha:

$$r_{11} = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma 1^2$  = Varians total

Kaidah pengambilan keputusan reliabilitas sebagai berikut:

- a) Jika reliabilitas *Cronbach Alpha* melebihi angka 0,6, maka item pertanyaan variabel tersebut berstatus reliabel.
- b) Jika reliabilitas *Cronbach Alpha* kurang dari angka 0,6, maka item pertanyaan variabel tersebut berstatus tidak reliabel.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Setelah kerangka kerja yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan yang ditentukan, menunjukkan kepatuhannya terhadap asumsi konvensional, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian regresi linier berganda. Untuk memenuhi kriteria yang dipersyaratkan, data harus mematuhi asumsi distribusi kekayaan yang normal, tidak adanya multikolinearitas, dan homoskedastisitas. Meneliti premis tradisional, yang meliputi berikut ini, sangat penting sebelum melakukan analisis regresi linier berganda :

#### 1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menilai apakah komponen berkelompok atau residu di dalam model regresi berdistribusi normal. Untuk menentukan apakah residu normal, statistik Kolmogorov- (K-S) yang tidak parametrik adalah alat yang efektif. Jika nilai  $p$  yang diperoleh dari uji yang dikenal sebagai Kolmogorov-Smirnov melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal. Ketika nilai  $p$  yang diperoleh dari uji Kolmogorov-Smirnov berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa informasi residual tidak mengikuti distribusi normal.

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan utama dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menilai adanya varian yang tidak merata di antara data residual di dalam model regresi. Sebuah model berdasarkan regresi dikatakan berkualitas tinggi bila terdapat bukti heteroskedastisitas, yang ditunjukkan dengan variasi varian dari residual di berbagai pengamatan. Menentukan keberadaan heteroskedastisitas melibatkan pemeriksaan diagram *Scatter Plot* untuk mengetahui adanya pola yang terlihat, sesuai dengan kriteria yang ditentukan:

- a. Adanya pola yang dapat dilihat, seperti susunan titik-titik yang konsisten, menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
- b. Dengan tidak adanya pola yang dapat diamati dan dengan titik-titik data tersebar di atas dan di bawah titik awal pada sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak ada.

Uji Glejser dapat digunakan sebagai pengganti grafik scatterplot untuk melakukan uji heteroskedastisitas. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05

maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinieritas

Tujuan penelitian ini adalah melakukan uji multikolinieritas untuk menilai adanya multikolinieritas di antara variabel independen. Tujuan dilakukannya uji multikolinieritas adalah untuk menilai apakah ada hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang optimal harus menonjolkan adanya hubungan yang lemah antara variabel independen. Proses keberadaan multikolinieritas dengan model regresi dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- a. Nilai R-squared (R<sup>2</sup>) yang diperoleh dari estimasi model regresi empiris tinggi secara signifikan, sedangkan secara individual tidak signifikan secara statistik,
- b. Memeriksa matriks korelasi antar variabel independen. Jika korelasi antar variabel independen melebihi 0,09, hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas,

## 3.7 Metode Analisis Data

### 3.7.1 Analisis *Travel Cost Methods* (TCM)

Metode Biaya Perjalanan (TCM) digunakan dalam penyelidikan ini. Fluktuasi permintaan pengunjung bergantung pada beberapa elemen yang berdampak padanya. Fase pertama melibatkan penentuan biaya yang terkait dengan perjalanan ke berbagai tujuan wisata. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan Travel Cost Method (TCM) untuk mengetahui besarnya biaya perjalanan yang ditimbulkan oleh pengunjung. Penilaian ekonomi wisata Pantai Mutun ditentukan oleh penilaian berbagai biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung selama satu kali kunjungan. Pengeluaran ini meliputi biaya bahan bakar, harga tiket masuk, pengeluaran konsumsi, dan biaya terkait lainnya. Biaya perjalanan dapat dinyatakan dengan cara berikut:

$$V = f(TC, X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$$

Keterangan:

V = Jumlah kunjungan (orang)

TC = Biaya perjalanan (Rp/orang)

X = Variabel

Dengan menetapkan fungsi permintaan terlebih dahulu, adalah mungkin untuk menentukan nilai ekonomis suatu tujuan wisata. Setelah fungsi permintaan diketahui, menjadi mungkin untuk menilai surplus konsumen, yang berfungsi sebagai proksi dari nilai kesediaan membayar (WTP) untuk pariwisata. Surplus konsumen mengacu pada konsep ekonomi yang mengukur nilai yang diperoleh konsumen dari unit produk atau layanan tertentu. Ini dihitung sebagai selisih antara jumlah total yang siap dibayar konsumen untuk unit tersebut dan pembayaran aktual yang dilakukan. Estimasi nilai ekonomi wisata Pantai Mutun akan didasarkan pada nilai surplus konsumen. Perhitungan surplus konsumen dapat diturunkan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh (Fauzi, 2010):

$$CS = \frac{N^2}{2\alpha_1}$$

Keterangan:

CS = Surplus konsumen (Rp)

N = Frekuensi kunjungan individu i selama 1 tahun

$\alpha_1$  = Koefisien dari variabel biaya perjalanan

Surplus keseluruhan konsumen wisatawan selama periode waktu tertentu merupakan nilai ekonomi pariwisata. Metode yang digunakan untuk menentukan nilai ekonomi wisata Pantai Mutun dipastikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ekayani, 2014):

$$NE = SK \times JP$$

Keterangan:

NE = Nilai ekonomi kawasan wisata dalam satu tahun (Rp)

SK = Surplus konsumen wisatawan per individu per kunjungan (Rp)

JP = Mewakili jumlah keseluruhan individu yang telah mengunjungi lokasi wisata selama setahun (orang)

Konsep metode regresi linier berganda melibatkan pembentukan hubungan linier antara variabel dependen (Y) dan sejumlah variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ). Penelitian ini digunakan untuk meramalkan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari faktor-faktor tersebut kemudian diperoleh diestimasi dengan persamaan model regresi linier berganda:

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

Di mana:

Y	= Jumlah kunjungan ke wisata Pantai Mutun dalam satu tahun
$b_0$	= Konstanta
$\beta_1, \dots, \beta_6$	= Koefisien
$X_1$	= Biaya Perjalanan (skala 1-5)
$X_2$	= Pendapatan (skala 1-5)
$X_3$	= Tingkat Pendidikan (skala 1-5)
$X_4$	= Persepsi Pengunjung (skala 1-5)
$X_5$	= Lokasi Wisata (skala 1-5)
$X_6$	= Daya Tarik/Panorama Alam (skala 1-5)
$\varepsilon$	= Error

### 3.4.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk menilai signifikansi statistik dari hubungan antara faktor X dan Y, khususnya memeriksa apakah variabel X memiliki pengaruh yang berbeda atau parsial terhadap variabel Y (Ghozali, 2016). Teori yang digunakan dalam percobaan ini adalah:

Hipotesis 1:

$H_0: \beta_1 = 0$  Pengeluaran yang terkait dengan perjalanan tidak berdampak besar pada frekuensi perjalanan ke wisata Pantai Mutun.

$H_a: \beta_1 \neq 0$  Pengeluaran yang terkait dengan perjalanan memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap frekuensi kunjungan di Pantai Mutun sebagai tujuan wisata.

Hipotesis 2:



$H_0: \beta_2 = 0$  Tidak ada korelasi yang terlihat antara tingkat pendapatan dan frekuensi pengunjung ke Pantai Mutun sebagai tujuan wisata.

$H_a: \beta_2 \neq 0$  Terdapat hubungan positif antara pendapatan dan jumlah kunjungan dengan wisata Pantai Mutun.

Hipotesis 3:

$H_0: \beta_3 = 0$  Tidak ada korelasi yang substansial antara tingkat pendidikan dengan frekuensi pengunjung Pantai Mutun sebagai tujuan wisata.

$H_a: \beta_3 \neq 0$  Hubungan antara tingkat pendidikan dengan frekuensi pengunjung wisata Pantai Mutun signifikan positif.

Hipotesis 4:

$H_0: \beta_4 = 0$  Jumlah pengunjung pantai Mutun tidak banyak dipengaruhi oleh persepsi pengunjung.

$H_a: \beta_4 \neq 0$  Pandangan pengunjung berdampak positif terhadap frekuensi kunjungan ke Pantai Mutun sebagai destinasi wisata.

Hipotesis 5:

$H_0: \beta_5 = 0$  Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mutun tidak banyak dipengaruhi oleh lokasi industri pariwisata.

$H_a: \beta_5 \neq 0$  Kehadiran destinasi wisata berdampak positif terhadap frekuensi pengunjung Pantai Mutun sebagai obyek wisata.

Hipotesis 6:

$H_0: \beta_6 = 0$  Daya Tarik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Jumlah kunjungan ke wisata Pantai Mutun

$H_a: \beta_6 \neq 0$  Daya Tarik berpengaruh positif terhadap Jumlah kunjungan ke wisata Pantai Mutun

Berikut adalah landasan pengambilan keputusan:

Jika variabel independen memiliki nilai probabilitas melebihi ambang signifikansi statistik yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu  $\alpha = 5\%$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, yang menunjukkan bahwa Variabel dependen secara statistik tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen. Namun, jika variabel sebagian independen memiliki nilai probabilitas lebih rendah dari  $\alpha = 5\%$ , hipotesis alternatif ( $H_1$ ) dianggap valid. Ini menyiratkan bahwa variabel independen parsial

benar-benar memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen.

### **3.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Kapasitas variabel dependen untuk dijelaskan dalam fluktuasinya pada dasarnya sebagaimana ditentukan oleh koefisien determinasi  $R^2$ . Koefisien determinasi dibatasi dalam interval nol sampai satu. memiliki hubungan yang lemah atau tidak ada hubungannya dengan variabel dependen memiliki kapasitas terbatas untuk menjelaskan variabilitas yang terlihat pada variabel dependen. Nilai yang mendekati satu menunjukkan perlunya variabel dalam memprediksi fluktuasi variabel dependen. Biasanya, koefisien determinasi untuk data cross-sectional cenderung relatif rendah karena fluktuasi substansial yang terlihat di antara masing-masing titik data. Sebaliknya, untuk data sekuensial, seperti deret waktu, seringkali diamati memiliki koefisien determinasi yang lebih tinggi. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ).

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata Pantai Mutun dengan metode *travel cost*, maka dapat disimpulkan:

1. Variabel biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan, hal ini menunjukkan bahwa semakin mahal biaya perjalanan maka jumlah kunjungan wisatawan cenderung menurun. Hal ini sesuai dengan temuan dalam beberapa penelitian lain yang menyatakan bahwa biaya perjalanan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.
2. Variabel pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kemungkinan untuk melakukan perjalanan wisata juga semakin besar. Temuan ini sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa pendapatan mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan perjalanan wisata.
3. Variabel pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Hasil ini menunjukkan bahwa pendidikan bukan faktor utama yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.
4. Variabel persepsi kunjungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi yang positif tentang destinasi wisata dapat meningkatkan minat seseorang untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat tersebut.

5. Variabel lokasi wisata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa lokasi wisata tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.
6. Variabel daya tarik memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik yang dimiliki oleh destinasi wisata menjadi faktor penting dalam menarik minat seseorang untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat tersebut.
7. Dari hasil perhitungan maka diperoleh nilai manfaat ekonomi objek wisata Pantai Mutun berdasarkan metode biaya perjalanan individual yaitu sebesar Rp. 5.788.474.503,-.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan, sebagai pengunjung dan peneliti saran yang dapat disampaikan sebagai masukan dalam peningkatan pengembangan wisata Pantai Mutun adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan Fasilitas yang memadai: Pantai Mutun harus menyediakan fasilitas yang memadai, seperti toilet, tempat parkir, tempat istirahat, area bermain anak, dan lain-lain. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan membuat mereka lebih betah berlama-lama di pantai.
2. Memberikan pelayanan yang baik: Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan membuat mereka ingin kembali lagi ke Pantai Mutun. Pelayanan yang baik dapat dilakukan melalui kebersihan pantai, keamanan, serta pelayanan pengunjung yang ramah dan profesional.
3. Dari hasil analisis regresi dengan model regresi linier dapat diberikan saran bahwa jumlah kunjungan objek wisata Pantai Mutun dipengaruhi oleh faktor persepsi pengunjung. Faktor-faktor yang telah diteliti tersebut dapat dijadikan sebagai referensi bagi pengelola wisata untuk melakukan kebijakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan jumlah kunjungan wisata Pantai Mutun. Dikarenakan faktor persepsi pengunjung berpengaruh positif terhadap frekuensi jumlah kunjungan ke kawasan wisata Pantai Mutun.

Oleh karena itu, agar jumlah kunjungan wisatawan meningkat maka pengelola dan pemerintah setempat harus memberikan fasilitas yang lebih lengkap dan pelayanan yang baik kepada wisatawan di objek wisata Pantai Mutun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, S. (1776). *An Inquiry Into The Nature and Cause of The Wealth of Nation*. London: Methuen & Co. LTD.
- Agutilaviani, & Nindyantoro, F. S. (2015). Estimasi Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Jalur Pendakian Cibodas Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. *Journal of Faculty of Economics and Management Universitas Pertanian Bogor (IPB)*.
- Agustin, A., Sentosa, S., & Aimon, H. (2014). Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan wisatawan domestik terhadap objek Wisata Bahari Pulau Cingkuak Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 3(05), 102774.
- Arjana, I. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Rajawali Press.
- Arsyad, L. (2015). *Ekonomi Pembangunan* (5th ed.). BPFE Yogyakarta.
- Beaumont, N., Dredge, D., & L., W. W. (2019). *Tourism and the economy: Understanding the economics of tourism*. Channel View Publications.
- Carson, R. T., Flores, N. E., & Meade, N. F. (2001). Contingent valuation: Controversies and evidence. *Environmental and Resource Economics*, 19(2), 173–210. <https://doi.org/10.1023/A:1011128332243>
- Crompton, J. L. (2005). The impact of parks on property values: Empirical evidence from the past two decades in the United States. *Managing Leisure*, 10(4), 203–218. <https://doi.org/10.1080/13606710500348060>
- Damaryanti, W. (2021). Efektifitas Pemungutan Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bogor (Studi Kasus di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Tahun 2018). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 1(1), 45–60. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMAIP/article/view/1299>
- Djijono. (2002). Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wisata Wan Abdul Rahman, Propinsi Lampung. *Jurnal Institut Pertanian Bogor*.
- Faisal, S. (1990). *Penelitian kualitatif*. Yayasan Asih Asuh.
- Fandeli, C. (2000). *Pengertian dan Konsep Dasar Ekowisata*. Fakultas Kehutanan UGM.

- Fauzi, A. (2010). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustakan Utama.
- Ferdinan, Y. (2015). Pengembangan Wisata Alam Berbasis Ekowisata Dalam Perspektif Pelayanan Publik (Studi Pada Disparbud Kabupaten Nganjuk). *Journal Brawijaya University*.
- Firdaus, A., & Riana, L. (2020). Analisis Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Biaya, Dan Jarak Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Pasir Putih Kabupaten Situbondo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 82(1), 31-39.
- Freeman, I. A. M. (2003). *The measurement of environmental and resource values: Theory and methods*. Resources for the Future.
- Gayatri, P. D., & Pitana, I. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Andi.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haab, T. C., & McConnell, K. E. (2002). *Valuing Environmental and Natural Resources: The Econometrics of Non-Market Valuation*. Edward Elgar Publishing.
- Hadiwijoyo. (2012a). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep*. Graha Ilmu.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012b). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep*. Graha Ilmu.
- Hanemann, W. M. (1984). Valuation Contingent Experiments in Responses with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics*, 66(3), 332–341.
- Happy, M. (2000). *Pengetahuan Kepariwisata*. Alfabeta.
- Hidayat, R., Kurniawan, Y., & Fajarningsih, R. (2018). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Persepsi Harga, dan Pendapatan Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Pantai Mutun, Lampung Tengah. *Journal of Management and Business Review*, 2(1), 11-18.
- Hidayatullah, A., Mulyani, A., & Susilowati, I. (2020). Estimasi nilai ekonomi wisata di Pantai Bangsring Banyuwangi dengan menggunakan metode biaya perjalanan. *Journal of Management and Business Science*, 2(2), 136-146.
- John, K. D., & Jhonson. (1985). *Recreation economics: Theory, application, and methods*. State College, PA: Venture Publishing.
- Khoirudin, R., & Khasanah, U. (2018). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(2), 152–166. <https://doi.org/10.21002/jepi.2018.09>

- Lestari, R., & Dewanti, D. S. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata Alam Kalibiru Kulon Progo, Yogyakarta. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.18196/jerss.030214>
- Levy, M. d. (2007). *Retailing management 6th edition*. McGraw Hill International.
- Loomis, J. B., & White, D. S. (1996). Economic benefits of rare and endangered species: Summary and meta- analysis. *Ecological Economics*, 18(3), 197–206. [https://doi.org/10.1016/0921-8009\(96\)00029-8](https://doi.org/10.1016/0921-8009(96)00029-8)
- Mahyar, H. (2016). Economic Growth and Life Expectancy: The Case of Iran. *Studies in Business and Economics*, 11(1), 80–87. <https://doi.org/10.1515/sbe-2016-0007>
- Maulini, U., & Andriyani, D. (2021). Aspek-aspek yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Pantai Pangah Gandapura. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 4(3), 37-46.
- McEachern, W. A. (2000). *Ekonomi Makro: Pendekatan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- McIntosh, R. (1995). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Ohio USA: Grid Publishing Inc.
- Murtiadi, S., & Kusdiana, R. (2020). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Pantai Mutun Berdasarkan Persepsi Kualitas Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23(2), 148-160.
- Mutmainah, S., Anwar, K., & Mahfuzh, T. W. (2021). Dinamika Evaluasi Pembelajaran Daring Hubungannya Dengan Teori Behavioristik. *Proceedings*, 1, 227–236. <https://e-proceedings.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/PICIS/article/view/526>
- N. P. Ekayani. (2014). Faktor Sosiodemografi, Medis Maternal, Status Gizi Dan Pemeriksaan Antenatal Yang Rendah Meningkatkan Risiko Kejadian Berat Badan Lahir Rendah Di Kota Mataram Propinsi Nusa Tenggara Barat. *Media Bina Ilmiah*.
- Nicholson, W. (2002). *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa oleh IGN Bayu Mahendra dan Abdul Aziz*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Nuraini, N., Lutfiani, N., & Miftachul, J. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Meru Betiri di Jawa Timur. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(2), B181-B186.
- Pemerintah Indonesia. (2009). *Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*.



- Pitana, I. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi.
- Pramono, A., Dwimawanti, I. H., Profesor, J., & Sudharto, H. (2017). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Gunungkidul. *Journal of Public Policy and Management Review*, 6(3), 280–292.
- Purnomo, A., Farida, I., & Vandika, A. Y. (2019). *Potensi pariwisata kabupaten pesawaran provinsi lampung*.
- Putri, W., & Juwana, I. (2019). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. *Jurnal Reka Lingkungan*, 7(1), 1–11.
- Ratnawati, D., & Damanik, J. (2017). Analisis Pengaruh Fasilitas, Biaya, Jarak, Dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan*, 4(2).
- Robbins, S. (2007). *Perilaku Organisasi, alih bahasa Hadyana Pujaatmaka*. PT. Preshallindo.
- Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: Product differentiation in pure competition. *Journal of Political Economy*, 82(1), 34-55.
- Safitri, W. (2017). Economic Valuation of Lakey Beach Green Tourism, Dompu Regency: Travel Cost Method. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Saifuddin, A. R., Kurniawan, Y., & Purwanto, A. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Kuta Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), 73-80.
- Sen, A. (1999). *Health in development*. Bulletin of the World Health Organization, 77(8), 619–623.
- Sianturi, P. H. B. (2014). *Individual Travel Cost Method (ITCM)*. 1(3), 492–503.
- Sinclair, M. S. M. T. (1997). *Economics of Tourism*, Routledge. London.
- Singarimbun, M., & Efendi, S. (2014). *Metode Penelitian Survai*. Pustaka LP3ES.
- Sugiharti, R. R. R., Islami, F. S., & Nurcahaya, Y. A. (2019). Kajian Valuasi Ekonomi Objek Wisata Sekar Langit Kabupaten Magelang Dengan Pendekatan Travel Cost Method. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 3(2), 221–229.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukwika, T., & Rahmatulloh, F. (2021). Penilaian Taman Wisata Alam Situ Gunung Sukabumi: Penerapan Tcm. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 80–89. <https://doi.org/10.31294/par.v8i2.10427>

- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (2nd ed.)*. Bali: Pustaka Larasan.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Gava Media.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 3*. Yogyakarta: Andy.
- Torres-Ortega, S., Pérez-álvarez, R., Díaz-Simal, P., de Luis-Ruiz, J. M., & Piña-García, F. (2018). Economic valuation of cultural heritage: Application of travel cost method to the national museum and Research Center of Altamira. *Sustainability (Switzerland)*, *10*(7). <https://doi.org/10.3390/su10072550>
- Widodo, A. (2016). Estimasi nilai ekonomi wisata Gunung Merbabu dengan menggunakan metode biaya perjalanan (TCM). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, *5*(1), B119-B124.
- Wiseza, F. C. (2017). Faktor-Faktor Yang Mendukung Pengembangan. *Nur El-Islam, Vol. 4, No. 1, Hal. 89-106*.
- Wunder, S. (2005). Payments for environmental services: Some nuts and bolts. *Center for International Forestry Research, No.42*.
- Yahya, A. (2015). *Smart tourism. In Konferensi Nasional Inovasi TIK untuk Indonesia Cerdas*.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yuniartini, N. M. D. S. (2021). *Penerapan Travel Cost Method Dalam Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Budaya Desa Penglipuran Kabupaten Bangli. Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional*.
- Zulpikar, F., Tambunan, L. A., Utami, S. R., & Kiyat, W. El. (2018). Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method (Case Study: Untung Jawa Island, Indonesia). *Omni-Akuatika*, *14*(1), 28–35. <https://doi.org/10.20884/1.oa.2018.14.1.465>