

**VALUASI EKONOMI DAN KEPUASAN PENGUNJUNG
PADA OBJEK WISATA JATI AGRO FARMING
KECAMATAN JATI AGUNG KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

(Skripsi)

Oleh

Assysyfa Salwa Fichan
2114131060



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION AND VISITOR SATISFACTION AT JATI AGRO FARMING TOURISM OBJECT JATI AGUNG DISTRICT SOUTH LAMPUNG REGENCY

By

Assysyfa Salwa Fichan

The objectives of this research are to analyze: (1) visitor satisfaction towards Jati Agro Farming Tourism, (2) attributes that need to be improved and developed, (3) factors influencing the frequency of tourist visits to the Jati Agro Farming area, and (4) the economic value of Jati Agro Farming based on travel cost analysis. The research method used in this study was a survey method with a total of 76 respondents, and was chosen using accidental sampling method. This location was purposely selected at Jati Agro Farming Tourism, Jati Agung District, South Lampung Regency. Data collection was conducted in April 2025. The data analysis methods used were customer satisfaction index (CSI) analysis, importance performance analysis (IPA), multiple linear regression analysis, and economic value of travel cost analysis. The research results show that visitors are satisfied with every cost incurred when visiting the Jati Agro Farming Tourist Attraction. Attributes that need to be improved and developed are including a comfortable and cool atmosphere, availability of toilets and prayer rooms, rental prices of provided facilities, and road conditions. Various Factors that influencing the frequency of visits to Jati Agro Farming are included travel costs, income, and facilities. The economic value of Jati Agro Farming calculated, using the Travel Cost Method is Rp1.086.169.650 per year.

Keywords: economic valuation, travel costs, visitor satisfaction

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI DAN KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA JATI AGRO FARMING KECAMATAN JATI AGUNG KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

Assysyfa Salwa Fichan

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis: (1) kepuasan pengunjung terhadap Wisata Jati Agro Farming, (2) atribut yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan, (3) faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan Wisata Jati Agro Farming, dan (4) nilai ekonomi Wisata Jati Agro Farming berdasarkan analisis biaya perjalanan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan jumlah responden sebanyak 76 pengunjung yang dipilih dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Lokasi ini dipilih secara purposive atau sengaja di Wisata Jati Agro Farming, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan. Waktu pengambilan data dilaksanakan pada bulan April 2025. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *customer satisfaction index* (CSI), analisis *importance performance analysis* (IPA), analisis regresi linier berganda, dan nilai ekonomi analisis biaya perjalanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung puas atas setiap biaya yang dikeluarkan ketika berkunjung ke Objek Wisata Jati Agro Farming. Atribut yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan yaitu suasana nyaman dan sejuk, ketersediaan toilet dan musala, harga sewa fasilitas yang disediakan, dan kondisi jalan. Faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan Wisata Jati Agro Farming adalah biaya perjalanan, pendapatan, dan fasilitas. Nilai ekonomi Wisata Jati Agro Farming dengan menggunakan metode Travel Cost Method adalah sebesar Rp1.086.169.650 per tahun.

Kata kunci : biaya perjalanan, kepuasan pengunjung, valuasi ekonomi

**VALUASI EKONOMI DAN KEPUASAN PENGUNJUNG
PADA OBJEK WISATA JATI AGRO FARMING
KECAMATAN JATI AGUNG KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Oleh

Assysyfa Salwa Fichan

Skripsi

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

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

**: VALUASI EKONOMI DAN KEPUASAN
PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA JATI AGRO
FARMING KECAMATAN JATI AGUNG
KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Nama Mahasiswa

: Assysya Salwa Fichan

NPM

: 2114131060

Jurusan

: Agribisnis

Fakultas

: Pertanian



**MENYETUJUI,
1. Komisi Pembimbing**

**Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D.
NIP 197512242010122002**

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

2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D.



Sekretaris

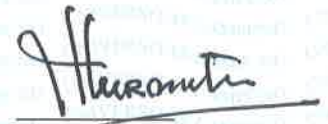
: Lina Marlina, S.P., M.Si.



Penguji

Buka Pembimbing

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



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.

NIP 196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juni 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Assysyfa Salwa Fichan
NPM : 2114131060
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Perum Nusantara Permai, Kelurahan Nusantara Permai,
Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung

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

Bandar Lampung, 24 Juni 2025
Penulis,



Assysyfa Salwa Fichan
NPM 2114131060

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 9 Desember 2002 dari pasangan Bapak Ansori dan Ibu Fitri Chairunisah. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Penulis telah menyelesaikan studi tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Islam Al-Amin Bandar Lampung pada tahun 2009, tingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Al-Azhar 1 Bandar Lampung pada tahun 2015, tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTs Negeri 2 Bandar Lampung pada tahun 2018, dan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di MA Negeri 1 Bandar Lampung pada tahun 2021. Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2021 melalui jalur masuk Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) selama 5 hari di Kelurahan Way Kandis, Kecamatan Tanjung Senang, Kota Bandar Lampung pada tahun 2022. Penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) dalam program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di PT Cybers Global Indonesia pada Bulan Agustus hingga Desember 2023. Selanjutnya, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjungagung, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan selama 40 hari pada tahun 2024. Penulis juga aktif dalam berorganisasi seperti menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung sebagai anggota bidang IV yaitu bidang kewirausahaan pada tahun 2021 hingga 2025. Penulis juga aktif berorganisasi di Kopma (Koperasi Mahasiswa) Universitas Lampung sebagai anggota bidang usaha pada tahun 2021 hingga 2025 dan mengikuti kegiatan magang di Kopma Unila pada tahun 2022.

Penulis pernah mendapatkan Beasiswa Bank Indonesia tahun ajaran 2023/2024 dan aktif menjadi anggota GenBI Provinsi Lampung. Selanjutnya, penulis pernah menjadi Asisten Dosen Mata Kuliah Statistika Dasar tahun ajaran 2022/2023, Tataniaga Pertanian tahun ajaran 2023/2024, dan Ekonomi Sumber Daya Alam tahun ajaran 2024/2025. Penulis juga pernah menjadi Tutor atau Asisten Forum Ilmiah Mahasiswa Fakultas Pertanian periode 2022/2023. Semasa kuliah, penulis pernah mengikuti kegiatan penelitian menjadi anggota tim dalam kegiatan penelitian dosen pada tahun 2023 dan 2024. Penulis mengikuti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dan lulus pendanaan pada tahun 2024.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahilabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Valuasi Ekonomi dan Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Jati Agro Farming Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan”. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya bantuan, arahan, bimbingan, motivasi, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis atas arahan, bantuan, dan nasihat yang diberikan.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarif, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis atas arahan, bantuan, dan nasihat yang diberikan.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis atas masukan, saran, dan bantuan yang diberikan.
5. Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu, saran, nasihat, arahan, motivasi, serta meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Lina Marlina, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu, saran, nasihat, arahan, motivasi, serta meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., selaku Dosen Penguji atas saran, arahan, dan nasihat yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.

8. Dian Rahmalia, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas saran, arahan, dan motivasi selama penulis menjadi mahasiswa agribisnis.
9. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Karyawan-karyawan di Jurusan Agribisnis, atas bantuan dan kerjasamanya selama perkuliahan.
11. Teristimewa kedua orang tua tercinta, Ayah Ansori dan Mama Fitri Chairunisah, serta Abang tersayang Muhammad Ramanda Fichan yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, dan doa yang tidak pernah terputus kepada penulis.
12. Terspesial keluarga besar Sarawi (Alm) dan Oemar Djaya (Alm) yang selalu memberikan dukungan, saran, dan doa kepada penulis.
13. Pengelola tempat Wisata Jati Agro Farming atas semua bantuan, arahan, dan izin yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Sahabat tersayang, Zahra Gidant Dewigita, Siti Qonita Mahdiya, dan Kinanti Sasi Kirana yang telah memberikan bantuan, saran, semangat, dukungan, hiburan, dan kebahagiaan yang tiada henti.
15. Sahabat seperjuangan, Dellisa Armelita, Astia Revita, dan Tristin Nabila Fahmi atas bantuan, saran, semangat, dukungan, perhatian, dan hiburan yang diberikan kepada penulis selama perkuliahan.
16. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2021, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan, bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa, dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
17. Mba dan Abang Agribisnis 2018, 2019, 2020 dan adik-adik 2022, 2023, 2024 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan dan dukungan kepada penulis.
18. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi, serta ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
19. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

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

Bandar Lampung, 24 Juni 2025
Penulis,

Assysyfa Salwa Fichan

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Pariwisata	9
2. Kepuasan Konsumen.....	10
3. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	11
4. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	12
5. Komponen Pariwisata (4A)	13
6. Teori Permintaan	15
7. Surplus Konsumen dan Produsen.....	16
8. Nilai Ekonomi Wisata Alam.....	17
9. Valuasi Ekonomi.....	18
10. Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)	20
B. Kajian Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran.....	33
D. Hipotesis.....	35
III. METODE PENELITIAN	36
A. Metode Penelitian.....	36
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	36
C. Lokasi, Waktu, dan Responden Penelitian	38
D. Jenis Data dan Metode pengumpulan Data	40
E. Metode Analisis Data	42
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
2. Analisis Kepuasan Pengunjung menggunakan metode analisis <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI)	46
3. Analisis Kepuasan Pengunjung menggunakan metode analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	48

4. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan	51
5. Perhitungan Nilai Ekonomi	55
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	57
A. Sejarah Objek Wisata Jati Agro Farming	57
B. Lokasi Objek Wisata Jati Agro Farming	58
C. Fasilitas Objek Wisata Jati Agro Farming	61
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Jati Agro Farming	65
B. Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Wisata Jati Agro Farming	78
C. Biaya Perjalanan yang dikeluarkan Pengunjung Objek Wisata Jati Agro Farming	89
D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Jati Agro Farming	91
E. Nilai Ekonomi Wisata Jati Agro Farming	101
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah kunjungan pariwisata Kabupaten Lampung Selatan tahun 2019-2023.....	3
2. Jumlah kunjungan Wisata Jati Agro Farming tahun 2021-2023	3
3. Kajian penelitian terdahulu	25
4. Uji validitas tingkat kepentingan	43
5. Uji validitas tingkat kinerja.....	44
6. Uji reliabilitas tingkat kepentingan dan kinerja	45
7. Skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.....	46
8. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	48
9. Jumlah penduduk Kecamatan Jati Agung tahun 2023	60
10. Sebaran sarana perdagangan di Kecamatan Jati Agung 2021	61
11. Sebaran umur pengunjung Wisata Jati Agro Farming.....	67
12. Sebaran asal daerah pengunjung Wisata Jati Agro Farming	68
13. Sebaran tingkat pendidikan pengunjung Wisata Jati Agro Farming	71
14. Sebaran pekerjaan pengunjung Wisata Jati Agro Farming	72
15. Sebaran tingkat pendapatan pengunjung Wisata Jati Agro Farming.....	73
16. Sebaran jumlah kelompok kunjungan Wisata Jati Agro Farming.....	76
17. Perhitungan CSI atribut wisata di Jati Agro Farming	79
18. Analisis IPA pada atribut Wisata Jati Agro Farming.....	81
19. Akumulasi perhitungan biaya perjalanan.....	90
20. Hasil uji multikolinearitas	93
21. Hasil uji analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan Wisata Jati Agro Farming.....	95
22. Hasil perhitungan nilai ekonomi Wisata Jati Agro Farming	102
23. Identitas responden.....	117
24. Rincian biaya perjalanan	123
25. Akumulasi perhitungan biaya perjalanan.....	129
26. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan.....	130
27. Y transformasi	133
28. Surplus konsumen	136
29. Nilai Ekonomi	139
30. Tingkat kepentingan.....	140
31. Tingkat kinerja	143
32. Jumlah akumulasi data tingkat kepentingan	146
33. Jumlah akumulasi data tingkat kinerja.....	147

34. Perhitungan CSI	148
35. Analisis IPA.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah kunjungan pariwisata Provinsi Lampung tahun 2019-2023	2
2. Surplus konsumen dan surplus produsen	17
3. Metode penilaian ekonomi	21
4. Kerangka pemikiran penelitian valuasi ekonomi dan kepuasan pengunjung Jati Agro Farming	34
5. Diagram kartesius	50
6. Peta Wilayah Kabupaten Lampung Selatan	59
7. Area foto pada Wisata Jati Agro Farming	64
8. Sebaran jenis kelamin pengunjung Wisata Jati Agro Farming	66
9. Sebaran jarak tempuh pengunjung Wisata Jati Agro Farming	69
10. Sebaran status pernikahan pengunjung Wisata Jati Agro Farming	70
11. Sebaran sumber informasi pengunjung Wisata Jati Agro Farming	74
12. Media sosial Jati Agro Farming	75
13. Sebaran jumlah kunjungan pengunjung Wisata Jati Agro Farming	75
14. Sebaran jumlah tanggungan keluarga pengunjung Wisata Jati Agro Farming	77
15. Diagram kartesius IPA Wisata Jati Agro Farming	82
16. Hasil uji heteroskedastisitas (uji white)	94
17. Pos tiket	150
18. Fasilitas panggung	150
19. Fasilitas kolam renang	150
20. Fasilitas gazebo	151
21. Fasilitas meja payung	151
22. Fasilitas aula	151
23. Fasilitas kolam ikan	152
24. Fasilitas kantin	152
25. Fasilitas musala	152
26. Area tanaman	153
27. Spot foto air terjun	153
28. Spot foto jembatan	154
29. Area parkir motor	154
30. Area parkir mobil	154
31. Dokumentasi dengan pengunjung	155
32. Dokumentasi dengan pengunjung	155

33. Dokumentasi dengan pengunjung	155
---	-----

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam yang melimpah, memiliki potensi luar biasa dalam sektor pariwisata. Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, sektor ini mencakup berbagai kegiatan yang melibatkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk masyarakat lokal, pengusaha, serta pemerintah pusat dan daerah. Pariwisata berfungsi tidak hanya sebagai pendorong utama peningkatan pendapatan negara dan devisa melalui kedatangan wisatawan domestik dan internasional, tetapi juga memiliki peran krusial dalam pengembangan ekonomi lokal secara keseluruhan. Sektor pariwisata telah berkembang pesat selama beberapa dekade terakhir, dan terbukti menjadi salah satu sektor paling populer secara global (Suban, Madhan, dan Shagirbasha, 2021). Sektor ini memiliki potensi untuk memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian daerah dengan menciptakan berbagai lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, serta mendorong pertumbuhan sektor-sektor terkait lainnya seperti perhotelan, transportasi, dan layanan kuliner.

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang menunjukkan potensi besar dalam sektor pariwisata. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung tahun 2024, sektor pariwisata di Lampung mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Misalnya, pada tahun 2023, jumlah kunjungan wisatawan di Lampung mencapai 13.977.434 orang dengan kontribusi yang signifikan dari wisatawan nusantara. Kenaikan jumlah

kunjungan ini menunjukkan minat yang terus berkembang terhadap destinasi wisata di daerah tersebut. Berikut data jumlah kunjungan pariwisata Provinsi Lampung dari tahun 2019-2023 dapat disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Jumlah kunjungan wisatawan Provinsi Lampung tahun 2019-2023

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Gambar 1 menunjukkan bahwa intensitas kunjungan wisatawan di Provinsi Lampung setiap tahunnya berfluktuasi. Peningkatan terjadi pada tahun 2021 sampai 2023, sedangkan pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisata mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dengan jumlah kunjungan sebesar 8.525.722 dibandingkan tahun 2019 dengan jumlah kunjungan sebesar 17.022.530. Faktor yang mempengaruhi penurunan kunjungan pada tahun 2020 dikarenakan terjadinya pandemi Covid 19.

Salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki potensi pariwisata alam yang luar biasa adalah Kabupaten Lampung Selatan dengan keindahan objek wisata yang tersebar di berbagai wilayah. Jumlah kunjungan baik domestik maupun mancanegara setiap tahunnya mengalami kenaikan. Berikut data jumlah kunjungan pariwisata Kabupaten Lampung Selatan dari Tahun 2019-2023 dapat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Lampung Selatan tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah wisatawan mancanegara (orang)	Jumlah wisatawan domestik (orang)	Total (orang)
2019	213	462.800	463.013
2020	135	236.038	236.173
2021	6.229	443.250	449.479
2022	64	616.728	616.792
2023	17	742.501	742.518

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 2024.

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik lebih banyak daripada wisatawan mancanegara. Jumlah wisatawan mancanegara mengalami fluktuasi dari tahun 2019 sampai 2023, sedangkan jumlah wisatawan domestik cenderung mengalami peningkatan dan terjadi penurunan di tahun 2020 dikarenakan terjadinya *Covid-19*. Total kunjungan wisatawan dalam 5 tahun terakhir tertinggi pada tahun 2023 dengan jumlah kunjungan sebesar 742.518 orang dan terendah pada tahun 2020 sebesar 236.173 orang.

Destinasi wisata di Kabupaten Lampung Selatan yang sangat ramai dikunjungi wisatawan baik lokal maupun dari luar Lampung Selatan salah satunya yaitu Jati Agro Farming yang terletak di Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan. Jati Agro Farming adalah destinasi wisata agrowisata yang mengintegrasikan konsep pertanian dengan wisata, menawarkan pengalaman kepada pengunjung untuk menikmati suasana pertanian sambil berlibur. Berikut data jumlah kunjungan Wisata Jati Agro Farming dari Tahun 2021-2023 dapat disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah kunjungan Wisata Jati Agro Farming tahun 2021-2023

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)
2021	3.500
2022	7.040
2023	9.685

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisata Jati Agro Farming setiap tahunnya mengalami peningkatan. Jati Agro Farming merupakan destinasi agrowisata inovatif seluas 3 hektar yang sudah ada sejak tahun 2019

dan dikembangkan pada tahun 2022. Tempat wisata ini dirancang untuk memberikan pengalaman liburan yang unik dan menyenangkan dengan mengintegrasikan kegiatan pertanian. Konsep utama dari Jati Agro Farming adalah menawarkan kesempatan bagi pengunjung untuk berinteraksi langsung dengan proses pertanian sambil menikmati suasana yang menyegarkan. Pengunjung dapat mengikuti *tour* pertanian yang mendalam, di mana mereka dapat mempelajari berbagai teknik bercocok tanam, proses perawatan tanaman, dan manfaat dari berbagai jenis tanaman yang dibudidayakan di kawasan ini. Aktivitas lain yang menarik adalah panen langsung, di mana pengunjung tidak hanya dapat melihat tetapi juga ikut memetik hasil pertanian yang telah siap.

Sarana dan prasarana penunjang menjadi pertimbangan pengunjung untuk datang ke tempat Wisata Jati Agro Farming. Penyediaan sarana dan prasarana yang baik akan memberikan kepuasan terhadap pengunjung yang dapat membentuk sikap loyalitas terhadap objek Wisata Jati Agro Farming. Tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata dapat berguna bagi pengelola untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas destinasi wisata. Pengelola dapat melakukan pengembangan wisata sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata.

Jati Agro Farming memiliki atribut wisata yang meliputi *attraction* (daya tarik), *amenity* (fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas) dan *ancillary* (pelayanan tambahan). Tempat wisata ini memiliki daya tarik tinggi, karena berbasis perkebunan atau agrowisata dengan area pembibitan tanaman yang dijadikan sebagai tempat wisata edukasi. Jati Agro Farming memiliki *nursery* yang terdiri dari kebun bibit bunga, kebun hortikultura, sayuran dan buah. Jati Agro Farming tidak hanya menyediakan pengalaman edukatif, tetapi juga menawarkan kesempatan rekreasi yang menyenangkan bagi keluarga dan wisatawan, menjadikannya sebagai destinasi yang semakin populer bagi wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang memadukan pendidikan dan hiburan. Tempat ini juga menyediakan pemandangan yang indah seperti panorama sawah yang luas dan menyejukan.

Fasilitas yang dimiliki diantaranya kolam ikan, kolam renang, musala, toilet, panggung, gazebo, meja payung, kantin, aula, dan lahan parkir. Fasilitas pendukung yang disediakan oleh Jati Agro Farming termasuk kedai yang menyajikan produk lokal segar, serta area foto dengan latar belakang pertanian yang *instagramable* sangat diminati oleh pengunjung yang ingin mengabadikan momen mereka dengan keberagaman tanaman yang mencakup sayuran, buah-buahan, dan bunga.

Jarak Jati Agro Farming dengan kota Bandar Lampung ± 10 km dan akses jalan cukup mudah ditempuh menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Kondisi jalan yang lebar, halus beraspal menjadikan Jati Agro Farming menjadi salah satu pilihan tempat wisata edukasi.

Pelayanan yang diberikan oleh pengelola tempat wisata cukup baik, seperti pelayanan pembelian tiket masuk yang baik dan ramah, penyewaan fasilitas dan pusat informasi yang terdapat di tempat wisata. Atribut-atribut wisata pada Jati Agro Farming tersebut dapat memengaruhi kepuasan pengunjung. Apabila memberikan kinerja yang baik, maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Beberapa permasalahan mulai muncul seiring dengan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah kunjungan dan popularitas. Salah satu permasalahan utama adalah pengelolaan kawasan yang belum sepenuhnya optimal untuk menanggulangi masalah dari jumlah pengunjung yang tinggi. Peningkatan jumlah pengunjung mengakibatkan meningkatnya volume sampah yang perlu dikelola dengan baik untuk mencegah akumulasi yang dapat merusak keindahan dan kenyamanan kawasan. Kerusakan terjadi pada sarana dan prasarana seperti area foto yang rusak, toilet yang bau dan kotor, dan fasilitas umum lainnya, terutama ketika fasilitas-fasilitas tersebut tidak dirawat dengan baik dan tidak dapat mengimbangi lonjakan pengunjung. Hal ini dapat menyebabkan penurunan kualitas pengalaman yang dirasakan pengunjung, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi reputasi dan daya tarik kawasan tersebut. Menurut Zaenuri (2012), fasilitas merupakan salah satu faktor

wisatawan dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata. Kerusakan yang terjadi pada fasilitas perlu dilakukan perbaikan dan dikembangkan agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta kenyamanan yang dirasakan pengunjung.

Tingkat kunjungan wisatawan ke objek wisata Jati Agro Farming tidak terlepas dari beberapa faktor penting yang mempengaruhi keputusannya untuk berkunjung. Kepuasan pengunjung dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Menurut Schouten (2013), mengatakan bahwa kepuasan pengunjung mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan untuk kembali ke suatu wilayah atau obyek wisata tertentu. Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti biaya perjalanan, jarak, pendapatan, dan umur (Lakuhati, Pakumanan, dan Pakasi, 2018). Faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung yang dilakukan oleh seseorang wisatawan biasanya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan (Astuti dan Yuliawati, 2018). Keputusan berkunjung dipengaruhi juga dengan ketersediaan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata sehingga wisatawan merasa lebih nyaman dan memberikan kesan yang baik terhadap objek wisata yang dikunjungi (Daulay, 2022). Berdasarkan hasil permasalahan tersebut, diperlukan suatu penilaian ekonomi dari Jati Agro Farming agar manfaat ekonomi dapat diketahui, khususnya manfaat berwisata dari pemanfaatan sumberdaya yang ada pada Jati Agro Farming.

Wisata Jati Agro Farming memiliki nilai lingkungan yang tinggi karena keindahan alam yang ada, maka tidak salah jika Jati Agro Farming menjadi salah satu tujuan yang diminati oleh masyarakat. Nilai lingkungan tersebut terkadang tidak diperhitungkan menjadi nilai ekonomi dari objek wisata, jika penilaian terhadap keindahan alam tidak dilakukan maka nilai tidak terhitung atau dianggap tidak penting (Fauzi, 2004). Keindahan alam yang menjadikan suatu keunggulan di area wisata Jati Agro Farming tidak memiliki nilai pasar atau tidak terhitung, sehingga dilakukan valuasi ekonomi untuk menilai barang dan jasa yang tidak mempunyai nilai pasar atau nilai guna yang pasti dan dapat meminimalisir dari kegagalan pasar secara langsung yang

merugikan (Susilowati, 2009). Valuasi ekonomi di Jati Agro Farming dapat membantu menilai dampak ekonomi yang dihasilkan oleh tempat wisata dan memberikan gambaran seberapa besar kontribusi pariwisata terhadap perekonomian lokal atau nasional. Valuasi ekonomi menggunakan metode *travel cost* untuk membandingkan perkiraan manfaat dengan menggunakan biaya yang dikeluarkan dan penyesuaian surplus konsumen.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana kepuasan pengunjung terhadap Wisata Jati Agro Farming?
2. Atribut apa saja yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan Kawasan Wisata Jati Agro Farming?
4. Berapakah nilai ekonomi Wisata Jati Agro Farming berdasarkan analisis biaya perjalanan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis kepuasan pengunjung terhadap Wisata Jati Agro Farming
2. Menganalisis atribut yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan Wisata Jati Agro Farming
4. Menganalisis nilai ekonomi Wisata Jati Agro Farming berdasarkan analisis biaya perjalanan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengelola Wisata Jati Agro Farming, sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan lokasi wisata, sehingga daya tarik Wisata Jati Agro Farming terus meningkat.
2. Bagi pemerintah sebagai pertimbangan memperbaiki sarana destinasi Wisata Jati Agro Farming dan untuk pengambilan kebijakan
3. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai bahan referensi dan menambah literatur ilmiah mengenai peran destinasi wisata dan valuasi ekonomi terhadap destinasi wisata yang baru.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Pariwisata

Pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut (Utama, 2017). Pariwisata memiliki dampak yang signifikan pada ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dampak ekonomi dari pariwisata dapat mencakup peningkatan pendapatan lokal, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan infrastruktur. Menurut Dixon dan Wilhelmsen (2018), pariwisata dapat merangsang pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan pengeluaran konsumen dan investasi infrastruktur. Namun, pariwisata juga dapat menimbulkan dampak negatif seperti inflasi harga, ketergantungan ekonomi, dan tekanan pada infrastruktur lokal.

Dampak sosial pariwisata melibatkan perubahan dalam struktur sosial dan budaya komunitas lokal. Menurut Rahmi (2016), pariwisata diadakan karena berbagai kepentingan seperti kepentingan budaya, sosial, agama atau kepentingan yang lainnya. Pariwisata dapat mempengaruhi budaya lokal dan hubungan sosial, serta menimbulkan masalah seperti perubahan budaya dan konflik sosial. Pariwisata dapat menyebabkan kerusakan lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Menurut Weaver dan Lawton (2017), membahas prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan dan praktik terbaik untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan mempromosikan pelestarian sumber daya alam.

2. Kepuasan Konsumen

Menurut Mowen dan Minor (2002), kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluasi pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2008), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut.

Menurut Supranto (1997), ada lima aspek kepuasan konsumen yaitu :

- a. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
- b. Kecepatan transaksi (*speed of transaction*)
- c. Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
- d. Profesionalisme
- e. Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*over all statisfaction with service*)

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

- a. *Expectations* (harapan) merupakan harapan konsumen dalam menilai tentang apa yang akan diterima dari sebuah prroduk yang diberikan.
- b. *Performance* (kinerja) dapat diartikan penilaian yang dirasakan konsumen terhadap kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dengan melihat dimensi tingkat kepentingan konsumen.
- c. *Comparison* (perbandingan) yaitu penilaian yang dilakukan setelah mengonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja secara aktual dibandingkan oleh konsumen.

- d. *Confirmation* atau *disconfirmation* merupakan suatu penegasan dari sebuah harapan konsumen, dengan mempertimangkan apakah harapan setelah membeli dengan persepsi awal ketika membeli sama atau tidak.
- e. *Discrepancy* (ketidaksesuaian) yaitu diskonfirmasi yang negatif dalam menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besarnya ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.

3. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Menurut Widodo dan Sutopo (2018), *Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah indek yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pengunjung sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai pengunjung adalah sebuah nilai lebih.

Menurut Devani dan Rizko (2016), *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. CSI menggabungkan evaluasi terhadap berbagai aspek layanan, seperti kecepatan, keramahan, dan kualitas fasilitas. Hasil dari pengukuran CSI memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana kualitas layanan berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan.

Indeks Kepuasan Konsumen atau *Customer Satisfaction Index (CSI)* sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara

menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Indeks Kepuasan Konsumen atau CSI sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan (Permata dkk., 2023).

4. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. IPA telah dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasannya dan variabel pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan. Informasi ini akan membantu perusahaan mengetahui apakah mereka perlu meningkatkan, mempertahankan, atau mengurangi perhatian mereka terhadap atribut tertentu.

Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kebutuhan dan harapan pelanggan terpenuhi oleh suatu produk atau layanan. Metode ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang aspek yang paling penting bagi pelanggan dan kinerja perusahaan dalam memenuhi aspek tersebut selama pembelian, pelanggan dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap fitur-fitur yang ditawarkan oleh perusahaan melalui riset pelanggan (Palinggi, Sabran, dan Hamji, 2023).

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan

program pemasaran yang efektif. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan atribut produk atau jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah (Anggraini, Deoranto, dan Ikasari, 2015).

5. Komponen Pariwisata (4A)

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

1. *Attraction* (Daya Tarik)

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

2. *Amenity* (Fasilitas)

Amenity atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata.

Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. Dengan menggunakan prasarana yang cocok dibangunlah sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, marina, gedung pertunjukan, dan sebagainya.

Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon, dan lain-lain. Mengingat hubungan antar sarana dan prasarana, sudah jelas bahwa pembangunan prasarana pada umumnya harus mendahului sarana. Ada saatnya prasarana dibangun bersama-sama dalam rangka pembangunan sarana wisata. Suatu tempat atau daerah dapat berkembang sebagai daerah tujuan wisata apabila aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana.

Prasarana merupakan syarat untuk sarana, dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.

3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

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

4. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata.

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

6. Teori Permintaan

Menurut Sadono (2009), permintaan adalah sejumlah barang yang diinginkan dan dapat dibeli oleh pembeli. Permintaan menunjukkan tingkat permintaan akan suatu barang atau jasa dari konsumen. Permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta konsumen dengan harga barang. Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu pada periode tertentu.

Menurut Sugiarto (2010), hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu komoditas maka akan semakin banyak jumlah komoditas yang diminta, sebaliknya makin tinggi harga suatu komoditas maka akan semakin sedikit jumlah komoditas yang diminta (dengan asumsi faktor lain konstan atau *ceteris paribus*). Sifat hubungan yang terjadi antara jumlah komoditas yang diminta dengan harga adalah hubungan terbalik. Sifat hubungan ini terjadi karena ketika harga komoditas naik maka konsumen akan mengurangi pembelian dan berpindah membeli komoditas pengganti, sebaliknya jika harga komoditas turun maka pembeli akan mengurangi pembelian komoditas pengganti dan akan menambah pembelian terhadap komoditas yang mengalami penurunan harga. Alasan lainnya adalah kenaikan harga suatu komoditas

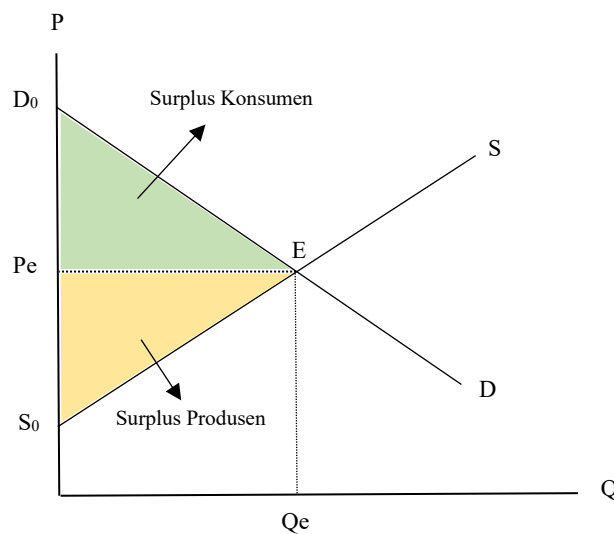
yang tidak diikuti dengan kenaikan pendapatan konsumen akan mengurangi daya beli konsumen yang pada akhirnya akan membuat konsumen mengurangi pembelian terhadap komoditas yang mengalami kenaikan harga.

7. Surplus Konsumen dan Produsen

Menurut Samuelson dan Nordhaus (2003), surplus konsumen yaitu kelebihan atau perbedaan antara kepuasan total atau total *utility* (yang di nilai dengan uang) yang dinikmati konsumen dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu dengan pengorbanan totalnya (yang di nilai dengan uang) untuk memperoleh atau mengkonsumsi jumlah barang tersebut. surplus konsumen adalah kondisi saat harga yang dibayar konsumen untuk sebuah produk barang atau jasa kurang dari harga yang sebetulnya konsumen bersedia untuk bayar.

Menurut Mankiw dkk (2012), surplus produsen adalah jumlah yang dibayarkan oleh penjual untuk sebuah barang dikurangi dengan biaya produksi barang tersebut. Surplus produsen adalah selisih harga terendah, di mana produsen siap menjual barang sesuai harga. Surplus produsen menjelaskan harga jual yang diterima produsen lebih besar dari harga mereka yang bersedia untuk menerimanya.

Apabila terjadi kesepakatan tentang harga dan kuantitas antara penjual dan pembeli maka keseimbangan akan terjadi. Harga keseimbangan menggambarkan harga yang disetujui oleh produsen maupun konsumen. Daerah yang menggambarkan kesediaan produsen melepaskan barangnya disebut dengan surplus produsen, sedangkan daerah yang menggambarkan kesediaan konsumen untuk membeli disebut surplus konsumen (Joesron dan Fathorrazi, 2012). Gambar surplus konsumen dan produsen dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Surplus konsumen dan surplus produsen
Sumber : Joesron dan Fathorrazi, 2012

8. Nilai Ekonomi Wisata Alam

Nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan. Nilai yang menyangkut barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam dan lingkungan yaitu dengan pemberian harga pada barang dan jasa yang dihasilkan sumber daya alam dan lingkungan. Nilai ekonomi dari sumber daya alam dan lingkungan adalah jasa dan fungsi Sumber Daya Alam dan Lingkungan (SDAL) yang memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan manusia, di mana kesejahteraan ini diukur berdasarkan setiap penilaian terhadap dirinya sendiri (Fauzi, 2003).

Nilai ekonomi wisata alam mencakup manfaat yang diperoleh dari penggunaan dan pemanfaatan kawasan alam oleh pengunjung. Ini melibatkan tidak hanya nilai pasar langsung, seperti biaya tiket masuk dan layanan yang dibayar pengunjung, tetapi juga manfaat non-pasar yang lebih sulit diukur, seperti peningkatan kualitas hidup, kepuasan rekreasi, dan manfaat lingkungan. Penilaian ekonomi adalah usaha penilaian potensi keseluruhan maupun sebagian dari pemanfaatan SDAL untuk

mendapatkan nilai ekonomi lingkungannya. Nilai ekonomi dapat dijadikan dasar melakukan valuasi ekonomi untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Sukwika dan Rahmatulloh, 2021).

9. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi adalah suatu upaya untuk memberi nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam dan lingkungan, baik atas dasar nilai pasar maupun nilai non pasar (Barbie dkk., 1997). Valuasi ekonomi terhadap sumberdaya alam memiliki tujuan agar manusia lebih menghargai keberadaan dan pengaruhnya sekedar hanya mengambil manfaat ekonomi dari sumberdaya alam. Valuasi ekonomi juga bertujuan untuk menyediakan nilai ekonomi dari suatu sumberdaya alam (Parmawati, 2019).

Secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu:

a. Pendekatan Orientasi Pasar

1. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang jasa :
 - a) Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*).
 - b) Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*)
2. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:
 - a) Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*).
 - b) Biaya penggantian (*replacement cost methods*).
 - c) Proyek bayangan (*shadow project methods*).
 - d) Analisa keefektifan biaya.
3. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*):
 - a) Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan.
 - b) Pendekatan nilai kepemilikan.

- c) Pendekatan lain terhadap nilai tanah.
- d) Biaya perjalanan (*travel cost*).
- e) Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*).
- f) Penerimaan kompensasi.

b. Pendekatan Orientasi Survei

1. Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*).

Willingness to pay ialah harga tertinggi seseorang (konsumen) yang rela dibayarkan untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut.

2. Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept*)

Willingness to accept ialah jumlah uang yang bersedia diterima oleh seseorang sebagai kompensasi untuk melepaskan atau mengorbankan suatu barang atau jasa yang dimilikinya (Susilowati, 2009).

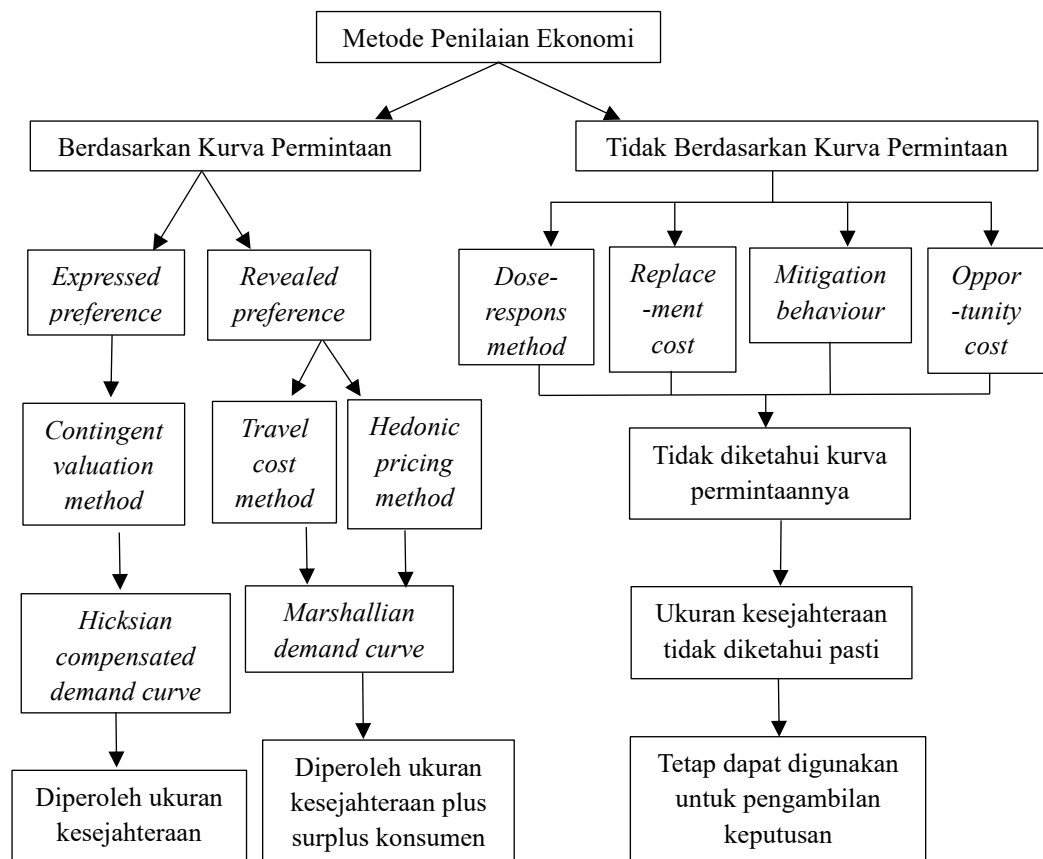
Valuasi ekonomi merupakan upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam dan lingkungan, baik atas dasar nilai pasar (*market value*) maupun nilai non-pasar (*non market value*). Penilaian ekonomi lingkungan terhadap barang publik atau barang non-pasar (*non-market valuation*) didasarkan dengan konsep *willingness to pay* (WTP). Secara umum teknik penilaian ekonomi lingkungan yang tidak dapat dinilai dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, kelompok pertama adalah teknik valuasi tidak langsung (*revealed preference method*) yang mengandalkan harga implisit di mana *willingness to pay* terungkap melalui model yang dikembangkan. Kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survei langsung (*expressed preference method*) di mana keinginan membayar atau WTP diperoleh secara langsung dari responden. Kedua metode tersebut sebagian besar diterapkan sebagai metodologi valuasi terhadap

barang-barang *non-market valuation*, *travel cost method* (TCM) termasuk *revealed preference method* (Fauzi, 2006).

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

Travel Cost Method (TCM) merupakan metode biaya yang dikeluarkan setiap seseorang atau individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi (Gravitiani, 2010). TCM digunakan untuk menilai komponen non-guna dari tempat rekreasi dan komponen yang diamati adalah perjalanan ke tempat rekreasi yang dikeluarkan seseorang. Nilai ekonomi rekreasi dapat diduga dengan menggunakan metode pendekatan biaya perjalanan wisata (*travel cost method*), yang meliputi biaya transportasi pulang pergi dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi rekreasi dan pengeluaran lainnya selama dalam perjalanan dan di dalam lokasi wisata seperti biaya dokumentasi, konsumsi dan tiket masuk. Biaya perjalanan adalah jumlah total biaya yang dikeluarkan pengunjung selama melakukan kegiatan rekreasi (Sugiarto, 2019).

Metode penilaian ekonomi terbagi menjadi 2, yaitu berdasarkan kurva permintaan dan tidak berdasarkan kurva permintaan. *Revealed Preference Methods* adalah metode yang digunakan untuk mengeksplorasi data pasar yang ada dan dikaitkan dengan komoditas lingkungan. Teknik valuasi yang masuk ke dalam kategori ini adalah teknik *travel cost* dan *hedonic price*. *Travel cost method* adalah teknik yang digunakan untuk mengestimasi nilai ekosistem sebagai “target tujuan” melalui pendekatan generalisasi biaya kunjungan (*generalized travel costs*), sedangkan *hedonic pricing* adalah teknik yang menggunakan pendekatan hedonic untuk mengestimasi suatu nilai ekonomi. Misalnya nilai ekonomi “udara bersih” dengan mengaitkan antara harga rumah di lokasi “berudara bersih” dan kualitas udara (Freeman, 2003). Metode penilaian ekonomi ini disajikan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Metode penilaian ekonomi
Sumber : Freeman, 2003

TCM menggunakan data survei untuk mengumpulkan informasi tentang biaya perjalanan dan karakteristik pengunjung. Menurut Pearce, Atkinson, dan Mourato (2022), dijelaskan bahwa TCM dapat diterapkan melalui dua pendekatan utama:

1. Pendekatan Individu: mengukur nilai yang diberikan oleh individu berdasarkan biaya perjalanan dan frekuensi kunjungan mereka.
2. Pendekatan Pasar: mengestimasi nilai total dengan menganalisis pola kunjungan di berbagai tingkat biaya perjalanan.

Menurut Fauzi (2006), secara prinsip, metode TCM mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. TCM dapat dipakai untuk estimasi manfaat atau biaya ekonomi yang dihasilkan dari :

- 1) Perubahan biaya akses untuk suatu lokasi wisata.

- 2) Eliminasi lokasi wisata yang ada.
- 3) Penambahan lokasi wisata baru.
- 4) Perubahan kualitas lingkungan pada suatu lokasi wisata.

Menurut Fauzi (2006), pendekatan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan pada metode *travel cost* ada dua, antara lain :

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

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

Keterangan :

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

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

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

Keterangan :

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

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

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

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

S_{ij} = karakteristik objek wisata substitusi yang mungkin ada di tempat lain, M_i = pendapatan dari individu i (Fauzi, 2006).

Menurut Fauzi (2006) keunggulan dan penerapan TCM dibagi menjadi beberapa poin, yaitu:

a. Keunggulan TCM

TCM dipilih berdasarkan dua alasan utama:

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

b. Pemilihan Penerapan TCM

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

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

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan valuasi ekonomi di mana penelitian tersebut dijadikan sumber referensi untuk penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu yang dicantumkan akan tetap dikaji jika kemungkinan terdapat persamaan dan perbedaan penelitian yang akan dilaksanakan dengan penelitian terdahulu. Hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah lokasi wisata yang terletak di Kabupaten Lampung Selatan. Kabupaten Lampung Selatan adalah salah satu kabupaten yang memiliki tempat wisata yang banyak dan berpotensi untuk meningkatkan pendapatan daerah. Lokasi penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu mengenai valuasi ekonomi, yaitu dilakukan di Jati Agro Farming Kabupaten Lampung Selatan. Variabel yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata adalah biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, dan fasilitas yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *travel cost* yang terlebih dahulu dikaji melalui penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan yang berpengaruh secara signifikan.

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. (Hardiyanti, Subari, 2020).	1. Mengetahui nilai manfaat langsung Pantai Pasir Putih Dalegan. 2. Mengetahui nilai manfaat tidak langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan. 3. Mengetahui nilai total ekonomi dari Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan.	Metode yang digunakan dalam penelitian valuasi ekonomi ini dengan 2 teknik penilaian yaitu pendekatan harga pasar dan <i>Travel Cost Method</i> (TCM).	1. Nilai manfaat langsung dari harga jual 90 batang pohon waru dan pasir putih pantai sebesar Rp.301.800.000/tahun. 2. Nilai manfaat langsung sebesar Rp.63.589.093.000/tahun 3. Nilai total ekonomi Wisata Pantai Pasir Putih sebesar Rp. 63.890.893.000/tahun.
2.	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. (Mahardika, Arifin, Nugraha, 2019)	1. Mengkaji faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan 2. Mengetahui kesediaan membayar tiket masuk oleh pengunjung objek wisata Sentulfresh Education Farm di Kabupaten Bogor. 3. Menganalisis nilai ekonomi objek wisata Sentulfresh Education	Metode biaya perjalanan (<i>Travel Cost</i>).	1. Frekuensi kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jarak. 2. Kesediaan membayar tiket masuk oleh pengunjung. Objek Wisata Sentulfresh Education Farm di Kabupaten Bogor sebesar Rp 75.367,65/individu untuk paket wisata happy kids, Rp 95.220,59/individu untuk paket wisata super kids, dan Rp 71.323,53/individu untuk paket wisata orang tua. 3. Total nilai ekonomi Objek Wisata Sentulfresh Education Farm di Kabupaten Bogor adalah

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu (Lanjutan)

		Farm di Kabupaten Bogor.		sebesar Rp 11.101.412.264,62, dengan nilai surplus konsumen/individu/kunjungan adalah sebesar Rp 504.082,65
3.	Valuasi Ekonomi Wisata Pulau Rupert Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau Dengan Metode Travel Cost Method. (Warningsih, Kusai, Bathara, Deviasari, Manalu, Syahzanani, 2021).	Mengestimasi nilai ekonomi yang diperoleh dari nilai surplus konsumen menggunakan metode <i>Travel Cost Method</i>	Model regresi linier berganda dengan spesifikasi bahwa banyaknya kunjungan dipengaruhi oleh biaya perjalanan, pendapatan dan jarak. Nilai ekonomi wisata diukur dengan pendekatan permintaan wisata sesuai nilai surplus konsumen menggunakan teknik valuasi non market, yaitu <i>Individual Travel Cost Method</i> (ITCM).	1. Model regresi yang didapat yaitu $Y = 3,0562 - 0,4068X_1 + 0,5273X_2 - 0,6815X_3 - 0,3971X_4 - 0,6056X_5 - 0,0290X_6$, artinya permintaan kunjungan wisata Pulau Rupert dipengaruhi secara positif oleh X_2 (pendapatan). 2. Variabel yang berpengaruh negatif adalah X_1 (biaya), X_3 (umur), X_4 (Jarak tempuh), X_5 (pendidikan) dan X_6 (jenis kelamin). 3. Rata-rata biaya perjalanan setiap pengunjung adalah Rp533.636,00,- per kunjungan. 4. Nilai ekonomi wisata Pulau Rupert sebesar Rp1.507.554.457,51,- dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp427.140,43,- per individu per kunjungan.
4.	Valuasi Nilai Ekonomi Objek Agrowisata Bukit Waruwangi Menggunakan Metode Biaya Perjalanan. (Febranadya, Pancawati, Krisdianto, 2022).	1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan wisata 2. Mengestimasi nilai ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi berdasarkan metode	Metode biaya perjalanan (<i>Travel Cost</i>).	1. Permintaan wisata Agrowisata Bukit Waruwangi secara signifikan dipengaruhi oleh biaya perjalanan, tingkat pendidikan dan jarak tempuh. 2. Kegiatan wisata di Agrowisata Bukit Waruwangi menghasilkan surplus konsumen sebesar Rp 18,266 per individu per kunjungan. Sedangkan nilai ekonomi wisata Agrowisata Bukit Waruwangi diperkirakan

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu (Lanjutan)

		biaya perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>).		sebesar Rp 1,232,955,000 selama periode September 2019 hingga Februari 2020, atau mencapai Rp 2,465,900,000 per tahun.
5.	Valuasi Nilai Ekonomi Wisata Pantai Sawarna dengan Menggunakan <i>Travel Cost Method</i> . (Armadinata, Pharmawati, 2019).	Menentukan nilai ekonomi Pantai Sawarna dari sumberdaya alam yang tidak memiliki nilai Pasar	Metode biaya perjalanan dengan pendekatan individu (<i>Individual Travel Cost Method</i>)	Nilai rata-rata WTP sebesar Rp.93.672,-/pengunjung, dan nilai ekonomi Pantai Sawarna adalah Rp.6.722.558.424,-/ tahun. Nilai surplus konsumen adalah Rp.5.164.066.252,-
6.	Valuasi Ekonomi Agrowisata Situ Boiang. (Cahyana, Sulaksana, Dinar, Marina, 2022).	1. Mengetahui pengaruh biaya perjalanan dan fasilitas terhadap tingkat kunjungan wisata 2. Menganalisis nilai ekonomi Agrowisata Situ Bolang.	<i>Travel Cost Method</i> (TCM)	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel biaya perjalanan dan fasilitas terhadap tingkat kunjungan wisata 2. Nilai total ekonomi Agrowisata Situ Bolang sebesar Rp10.904.089.075/tahun.
7.	Valuasi Ekonomi dan Dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. (Indriastuti, Prasmatiwi, Endaryanto, 2022).	1. Menghitung biaya perjalanan pengunjung 2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan 3. Menghitung nilai ekonomi pada wisata alam Bukit Sakura	1. Analisis deskriptif kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah biaya perjalanan (<i>travel cost</i>) 2. Analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi <i>Poisson</i>	1. Biaya perjalanan pengunjung adalah sebesar Rp88.805 per individu per kunjungan. 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah umur dan biaya perjalanan (<i>travel cost</i>). 3. Nilai ekonomi wisata Bukit Sakura sebesar Rp13.111.054.718,63 per tahun. 4. Nilai Keynesian Income Multiplier sebesar 0,45, nilai Ratio Income Multiplier Tipe 1

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu (Lanjutan)

	4. Menghitung dampak perekonomian terhadap masyarakat sekitar	3. Analisis deskriptif kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah biaya perjalanan individu (<i>Individual Travel Cost Method</i>).	sebesar 2,68 dan nilai Ratio Income Multiplier Tipe 2 sebesar 5,18. Nilai Keynesian Income Multiplier sebesar 0,45 yaitu diantara angka nol dan satu ($0 < x < 1$), maka disimpulkan bahwa wisata Bukit Sakura masih memiliki dampak ekonomi yang rendah.
		4. Analisis deskriptif kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah Keynesian Local Income Multiplier dan Ratio Income Multiplier	
8.	Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i> . (Panjaitan, Saputra, Rudiyantri, 2019).	1. Mengetahui potensi 2. Nilai ekonomi Pantai Wediombo <i>Travel Cost Method</i> (TCM)	1. Potensi yang dimiliki oleh Pantai Wediombo mencakup keindahan dan kondisi daya tarik pantai termasuk dalam kategori sangat baik, sarana dan prasarana yang sudah memadai, pelayanan pengelola yang cukup baik serta potensi budaya masyarakat seperti Upacara Ngalangi. 2. Nilai ekonomi Pantai Wediombo sebesar Rp.52.787.622.096,00/tahun dengan rata-rata biaya perjalanan individu sebesar Rp. 208.296,00/kunjungan

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu (Lanjutan)

9.	Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Kawasan Pantai Baron Gunung Kidul Aplikasi <i>Travel Cost Method</i> . (Wibowo, 2021).	Mengestimasi nilai ekonomi Kawasan Pantai Baron.	Individual <i>Travel Cost Method</i> (TCM).	Surplus konsumen per orang per kunjungan sebesar Rp282.531,00 dan total nilai ekonomi Kawasan Pantai Baron sebesar Rp560.182.653.564,00 per tahun.
10.	Valuasi Ekonomi Pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan Dengan Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>). (Huda, Abidin, Rosanti, 2022).	1. Analisis biaya perjalanan wisatawan Curug Gangsa 2. Mengkaji faktor yang berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan wisata Curug Gangsa 3. Analisis nilai ekonomi wisata Curug Gangsa berdasarkan metode biaya perjalanan individu (<i>individual travel cost method</i>).	Metode biaya perjalanan (<i>Travel Cost</i>).	1. Biaya perjalanan pengunjung wisata Curug Gangsa rata-rata sebesar Rp Rp108.363, 57 per individu per kunjungan dengan biaya tertinggi yaitu biaya konsumsi Rp58.450,29 atau 53,94 persen. 2. Faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan ke wisata Curug Gangsa adalah biaya perjalanan, usia, sarana prasarana dan hari kunjungan. 3. Total nilai ekonomi wisata Curug Gangsa adalah sebesar Rp2.338.863.463 per tahun
11.	Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Atribut Wisata Menggunakan Metode CSI dan IPA pada Wisata Pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara. (Tampubolon,	1. Mengetahui perilaku dan proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih destinasi wisata pemandian	Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	1. Dalam mengambil keputusan untuk mengunjungi wisata pemandian di Tapanuli Utara, wisatawan cenderung menerapkan tahap keputusan pembelian produk yaitu mengenal kebutuhan kunjungan untuk rekreasi, mencari informasi secara langsung mengenai tanggapan orang lain serta hal

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu (Lanjutan)

Simanjuntak, Mariana, 2019).	2. Melakukan analisis kepuasan wisatawan terhadap atribut wisata dan memberi rekomendasi alternatif kebijakan dalam mengembangkan wisata pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara.		menarik mengenai wisata pemandian, mengevaluasi alternatif wisata yang akan dikunjungi hingga akhirnya memutuskan untuk berkunjung dan tanggapan wisatawan untuk ingin kembali berkunjung atau tidak setelah melakukan kunjungannya. 3. Diperoleh bahwa nilai CSI sebesar 68,89% yang termasuk dalam kategori puas dan melalui metode IPA diperoleh bahwa masih terdapat 8 atribut wisata yang memerlukan perbaikan prioritas.
12. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Batu Angus Kota Bitung. (Dien, Kapantow, Rumagit, 2024).	Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Batu Angus Kota Bitung	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Batu Angus Kota Bitung sebesar 84,01 persen termasuk dalam kategori sangat puas. Terdapat beberapa indikator yang perlu diperbaiki yaitu: kebersihan lingkungan, jalan menuju lokasi wisata, kesesuaian tingkat harga makanan, ketersediaan toilet umum, ketersediaan transportasi umum menuju lokasi wisata dan jarak menuju lokasi wisata dari pusat kota.
13. Kepuasan Pengunjung dan Potensi Pengembangan Wisata Pantai Mutun di	1. Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung 2. Atribut wisata yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan	Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	1. Tingkat kepuasan pengunjung Pantai Mutun berada pada kategori “Puas” dengan nilai CSI 74,77 persen. 2. Berdasarkan metode IPA, atribut wisata yang perlu ditingkatkan terdapat pada kuadran I seperti kondisi fasilitas permainan banana

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu (Lanjutan)

Kabupaten Pesawaran. (Trecylia, Firdasari, Marlina, 2023).	3. Mengetahui faktor pendorong dan penghambat pengembangan objek wisata Pantai Mutun di Kabupaten Pesawaran.		boat, perahu karet dan waterboom, keamanan fasilitas waterboom, serta kondisi sarana prasarana toilet dan Musala. Atribut wisata yang perlu dipertahankan kinerjanya terdapat pada kuadran II, terdiri dari keindahan alam, keasrian pantai, kebersihan, suasana yang nyaman, air laut yang tenang, keragaman wahana (ban karet dan kano), keamanan wahana (ban karet, kano, banana boat, perahu karet), kelengkapan sarana prasarana (gazebo, tempat sampah, tempat parkir, toilet, dan Musala), kondisi sarana prasarana (gazebo, empat sampah dan tempat parkir), serta pelayanan. 4. Faktor pendorong pengembangan wisata yaitu daya tarik wisata, aksesibilitas mudah, fasilitas lengkap, pelayanan dan manajemen yang baik, dan peran pemerintah. Faktor penghambat adalah pesaing, keterbatasan promosi, dana dan sumber daya manusia.
14. Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam di Air Terjun Suhom Desa Tunong Krueng Kala, Kecamatan Lhoong, Kabupaten Aceh	Menghitung nilai ekonomi Objek Wisata Alam di Air Terjun Suhom Desa Tunong Krueng Kala, Kecamatan Lhoong,	Metode biaya perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai ekonomi dari Objek Wisata alam Air Terjun Suhom dengan menggunakan <i>Travel Cost Method</i> adalah sebesar Rp3.467.706.528,00/tahun.

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu (Lanjutan)

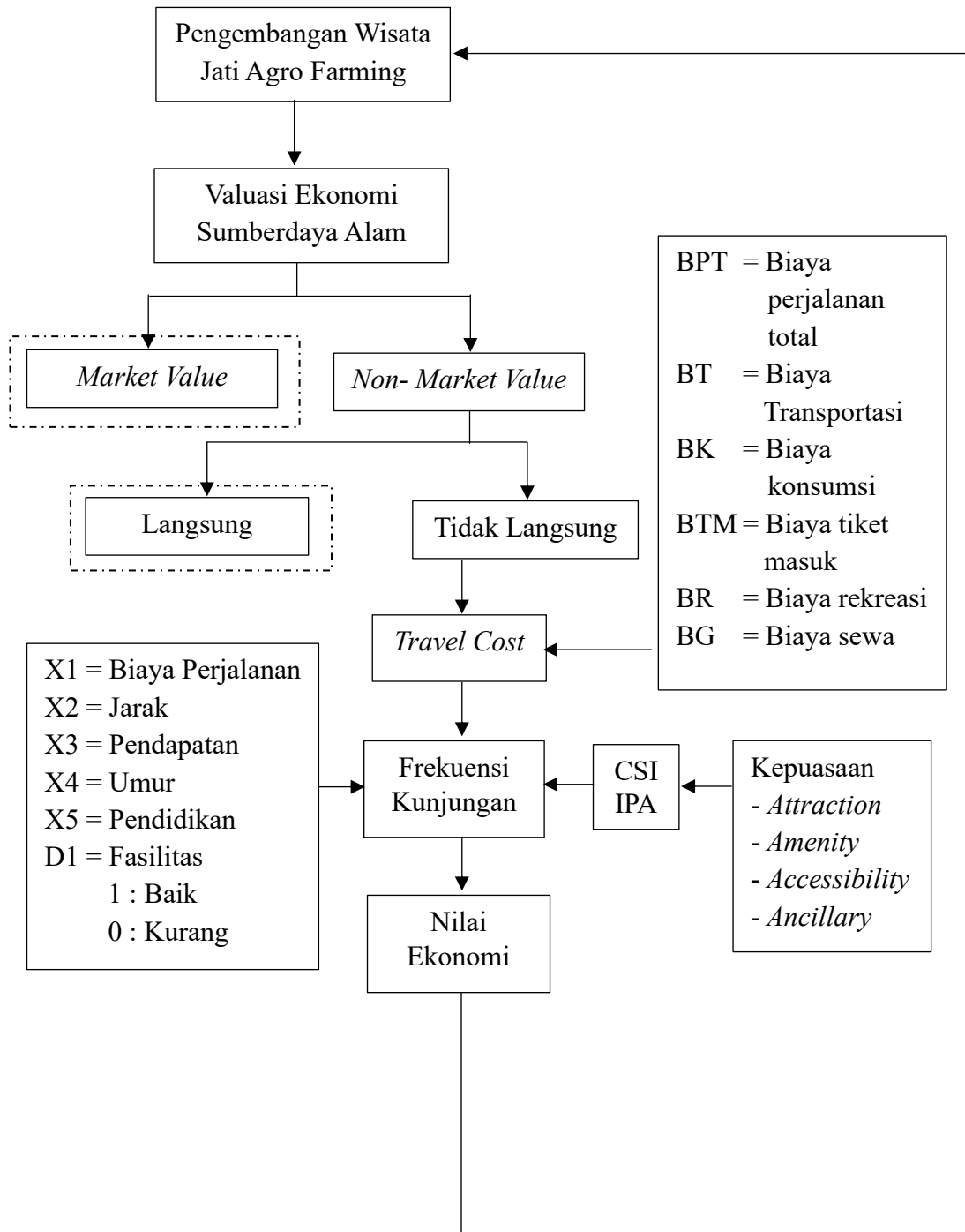
Besar dengan Metode Biaya Perjalanan. (Mutia, Muslih, Basri, 2023).		Kabupaten Aceh Besar.		
15.	Valuasi Ekonomi dengan Metode <i>Travel Cost</i> dan Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Grand Elty Kalianda Resort Kabupaten Lampung Selatan. (Rheynaldo, Murniati, Firdasari, 2024).	1. Menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan 2. Menganalisis nilai ekonomi objek wisata 3. Mengkaji kepuasan pengunjung terhadap atribut 4A wisata di obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort.	1. Analisis regresi linier berganda 2. <i>Travel cost methods</i> (TCM) 3. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) 4. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).	1. Faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Grand Elty Kalianda Resort adalah pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan infrastruktur, serta kepuasan pengunjung. 2. Nilai ekonomi dari Grand Elty Kalianda Resort adalah RP12.501.262,00 per tahun. 3. Tingkat kepuasan pengunjung terkait dengan atribut 4A adalah 91,60%, yang menunjukkan bahwa pengunjung sangat puas. Pengukuran kepuasan pengunjung menggunakan metode IPA menghasilkan kepuasan pada atribut pantai, rekreasi, dan fotografi.

C. Kerangka Pemikiran

Jati Agro Farming merupakan wisata yang ada di Kabupaten Lampung Selatan dengan konsep wisata edukasi agro farming yang sejuk dan ramah lingkungan. Wisata Jati Agro Farming memanfaatkan kebun jati dan area persawahan untuk dikembangkan menjadi wisata edukasi agro farming, seperti penanaman padi, sayur mayur, dan aneka tumbuhan lainnya. Tempat wisata ini memiliki beberapa fasilitas yang berkaitan dengan perkebunan dan alam. Fasilitas yang disediakan seperti aula, ruang rapat, gazebo, meja payung, kedai, toilet, musala, kolam renang, kolam ikan, panorama sawah, panggung, lapangan hijau, kebun hortikultura, dan kebun bibit.

Nilai ekonomi Jati Agro Farming dapat dihitung melalui pendekatan biaya perjalanan (*Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung ke Jati Agro Farming. Biaya perjalanan ini meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya rekreasi, dan biaya sewa yang kemudian digunakan sebagai atribut untuk mengetahui tingkat kepuasan dengan menggunakan metode analisis CSI yang melihat tingkat kepentingan dan kinerja wisatawan atas biaya yang dikeluarkan ketika berkunjung ke Jati Agro Farming. Jumlah kunjungan wisatawan Jati Agro Farming dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, dan fasilitas.

Fasilitas yang terdapat di tempat wisata mempengaruhi minat pengunjung untuk menjadi pertimbangan datang ke tempat wisata. Peningkatan jumlah pengunjung wisata dapat memberikan dampak positif untuk daerah sekitar. Peningkatan pengunjung wisata dapat meningkatkan peluang usaha bagi masyarakat setempat melalui pengeluaran-pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh pengunjung di sekitar tempat wisata. Hal ini akan memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat setempat. Untuk itu dilakukan analisis dampak ekonomi terhadap masyarakat sehingga diperoleh nilai dampak ekonomi. Kerangka penelitian ini disajikan dalam Gambar 4.



Keterangan :

----- = Tidak dianalisis

Gambar 4. Kerangka pemikiran penelitian valuasi ekonomi dan kepuasan pengunjung Jati Agro Farming

D. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah diduga biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, pendidikan, dan fasilitas berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Jati Agro Farming. Biaya perjalanan, jarak, dan umur berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek Wisata Jati Agro Farming, sedangkan pendapatan, pendidikan, dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek Wisata Jati Agro Farming.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menganalisis valuasi ekonomi wisata alam Jati Agro Farming adalah metode survei. Metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang hubungan antar variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data pada umumnya menggunakan kuesioner tertutup, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2019). Sedangkan, menurut Siyoto dan Sodik (2015), mendefinisikan penelitian survei sebagai salah satu penelitian yang bersifat kuantitatif untuk meneliti perilaku suatu individu atau kelompok. Umumnya penelitian survei menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup pengertian dan gambaran mengenai variabel yang akan diteliti guna mendapatkan data yang akan dianalisis untuk kepentingan penelitian. Konsep dasar dan batasan operasional pada penelitian ini adalah.

Valuasi ekonomi adalah proses penilaian nilai ekonomi dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam (SDA) yang bertujuan untuk mengukur manfaat yang dihasilkan baik di pasar maupun di luar pasar.

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

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

Frekuensi kunjungan adalah jumlah kunjungan pengunjung yang diukur dengan satuan kali kunjungan (kali).

Biaya perjalanan adalah jumlah uang atau biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung selama melakukan kunjungan ke suatu tempat dalam sekali kunjungan, di mana terdiri atas biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya rekreasi, dan biaya sewa.

Biaya transportasi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan pengunjung untuk membeli bahan bakar guna mengunjungi suatu tempat (Wisata Jati Agro Farm) yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya parkir adalah biaya total parkir selama berwisata dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya tiket masuk adalah sejumlah uang yang dikeluarkan pengunjung untuk memasuki lokasi wisata dan kemudian akan mendapatkan bukti tanda masuk lokasi wisata per orang yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya konsumsi (makan) adalah sejumlah uang yang dikeluarkan pengunjung untuk mengkonsumsi suatu barang yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya rekreasi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan pengunjung untuk melakukan kegiatan dengan santai maupun edukatif, seperti berenang di kolam renang, bermain sepeda listrik, dan berkebun yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya sewa gazebo adalah sejumlah uang yang dikeluarkan pengunjung untuk menyewa gazebo di tempat wisata yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Jarak tempuh adalah jarak dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi daerah tujuan yang diukur dalam satuan kilometer (km).

Pendapatan adalah jumlah seluruh upah atau gaji yang diterima seseorang dalam satu bulan yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Umur adalah usia pengunjung berdasarkan pada tanggal lahir pengunjung yang dilakukan pembulatan ke bawah yang dinyatakan dalam satuan tahun (tahun).

Tingkat pendidikan adalah pendidikan formal yang ditempuh oleh responden saat wawancara yang diukur dengan satuan waktu pendidikan (tahun).

Fasilitas adalah sarana yang ada di Jati Agro Farming seperti kamar mandi, parkir dan lainnya. Kondisi fasilitas diukur menggunakan dua skala, yaitu baik dan kurang baik. Fasilitas yang baik yaitu fasilitas yang nyaman dan aman saat digunakan pengunjung, sedangkan fasilitas yang kurang baik yaitu pengunjung merasa tidak nyaman ketika menggunakan fasilitas yang ada di lokasi wisata.

Jenis kelamin merupakan hal yang membedakan antara perempuan dengan laki-laki.

C. Lokasi, Waktu, dan Responden Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wisata Jati Agro Farming, Kelurahan Jatimulyo, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Lokasi ini dipilih secara *purposive* atau sengaja, dengan mempertimbangkan bahwa wisata Jati Agro Farming merupakan objek wisata yang ramai dikunjungi di Kabupaten Lampung Selatan karena memiliki keunikan dibandingkan dengan wisata lainnya yaitu menyediakan tempat rekreasi

dengan edukasi secara bersamaan, tempat ini juga memiliki fasilitas yang mendukung, tetapi terdapat beberapa fasilitas yang sudah mengalami kerusakan karena kurangnya perawatan, seperti taman yang rusak rumputnya, sehingga perlu adanya perbaikan.

Waktu pengambilan data dilakukan pada April 2025. Metode pengambilan sampel terhadap pengunjung menggunakan metode *non-probability sampling* yaitu semua objek penelitian tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden dengan cara *accidental sampling* (siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Endrayanto, 2012)).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata Jati Agro Farming Kabupaten Lampung Selatan yang melakukan kegiatan wisata dan sudah mengunjungi lebih dari 1 kali. Pengunjung yang datang dalam rombongan hanya akan diambil satu sampel saja, pengunjung juga harus memiliki tujuan tunggal untuk berwisata, jarak tempat tinggal pengunjung dengan lokasi wisata cukup jauh (bukan masyarakat sekitar), dan asal daerah pengunjung berbeda-beda.

Responden pada penelitian ini merupakan pengunjung yang sudah melakukan eksplorasi, mengetahui, serta merasakan keindahan objek wisata Jati Agro Farming, sehingga responden dapat memberikan penilaian terhadap objek wisata tersebut dan memiliki pekerjaan dengan usia diatas 17 tahun dengan pertimbangan ini diambil karena usia tersebut dianggap mencapai usia dewasa dini yang diharapkan telah mampu dalam mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan wisata (Hurlock, 2002). Rata-rata kunjungan wisatawan tahun 2021 adalah 3.500, tahun 2022 adalah 7.040, dan 2023 adalah 9.685 orang. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus rata-rata terlebih dahulu, yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\text{Jumlah data}}{\text{Banyaknya data}} \dots\dots\dots (3)$$

$$\bar{X} = \frac{3.500+7.040+9.685}{3}$$

$$\bar{X} = 6.741,67 = 6.742$$

Selanjutnya, menggunakan rumus yang merujuk pada teori Issac dan Michael (1995), yaitu:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

S² = Variasi sampel (5% = 0,05)

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

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

$$n = \frac{6.742 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,05}{6.742 \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot 0,05}$$

$$n = 75,96 = 76 \text{ orang}$$

Berdasarkan jumlah sampel yang telah dihitung diperoleh jumlah responden pengujung wisata Jati Agro Farming yang akan diteliti sebanyak 76 orang.

D. Jenis Data dan Metode pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer didapatkan secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada responden yang berwisata di Jati Agro Farming dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu. Selain data primer, pada penelitian ini digunakan juga data sekunder yang merupakan data yang sudah dipublikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari instansi terkait seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Lampung, serta berbagai literatur baik buku, penelitian dari skripsi sebelumnya maupun jurnal-jurnal yang relevan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data kuantitatif yaitu data yang

berbentuk angka-angka seperti data mengenai umur, jumlah biaya perjalanan, pendapatan individu, jumlah kunjungan individu. Selain itu, digunakan juga data kualitatif yaitu data yang dapat digunakan untuk melengkapi dan menjelaskan serta memperkuat data kuantitatif sehingga dapat memberikan kemudahan dalam menganalisa data yang diteliti.

Variabel pada penelitian ini adalah atribut-atribut wisata. Atribut didapatkan berdasarkan pra survei dan studi literatur diantaranya Trecylia dkk (2023) dan Syaputra (2023). Beberapa variabel pada penelitian ini adalah:

1. *Attraction*

- a. Keindahan pemandangan di tempat wisata
- b. Kebersihan perkebunan/agrowisata di tempat wisata
- c. Suasana nyaman dan sejuk
- d. Ketersediaan spot-spot foto
- e. Kesesuaian harga tiket dan daya tarik

2. *Amenity*

- a. Kondisi kolam ikan dan kolam renang
- b. Ketersediaan toilet dan musala
- c. Kondisi fasilitas panggung, gazebo, dan meja payung
- d. Ketersediaan kantin atau tempat makan
- e. Harga sewa fasilitas yang disediakan

3. *Accessibility*

- a. Kondisi jalan
- b. Ketersediaan petunjuk jalan atau rambu
- c. Kemudahan akses transportasi umum
- d. Ketersediaan papan informasi di lokasi

4. *Ancillary*

- a. Adanya pusat informasi di tempat wisata
- b. Pelayanan yang ramah dan sopan oleh petugas
- c. Kegiatan promosi yang menarik

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk menilai sejauh mana data dan pertanyaan dalam kuesioner dapat dimengerti oleh pengunjung. Pengujian dilakukan terhadap 30 pengunjung yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mengetahui setiap butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut sah (valid) dan handal (reliable).

- a. Menurut Matondang (2009), Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (kuesioner) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu kuesioner dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur. Uji validitas pada kuesioner dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, jika nilai r hitung $> r$ tabel dan positif, maka item-item dalam kuesioner tersebut dianggap valid, sedangkan jika r hitung $< r$ tabel, item tersebut tidak valid.

Tingkat kepentingan dan kinerja setiap biaya yang dikeluarkan pengunjung objek wisata Jati Agro Farming perlu dilakukan uji validitas terlebih dahulu sebelum dilakukan tahap lebih lanjut dalam menganalisisnya. Nilai validitas dapat bernilai baik apabila nilai *corrected item* dari total *correlation* bernilai di atas 0,36 r -tabel, maka butir item penilaian dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan kinerja dapat disajikan pada Tabel 4 dan Tabel 5.

Tabel 4. Uji validitas tingkat kepentingan

No	Pertanyaan	Corrected item Total correlation	Keterangan
1	<i>Attraction</i>		
	Keindahan pemandangan di tempat wisata	0,606***	Valid
	Kebersihan perkebunan/agrowisata di tempat wisata	0,492***	Valid
	Suasana nyaman dan sejuk	0,504***	Valid
	Ketersediaan spot-spot foto	0,476***	Valid
	Kesesuaian harga tiket dan daya tarik	0,563***	Valid
2	<i>Amenity</i>		
	Kondisi kolam ikan dan kolam renang	0,513***	Valid
	Ketersediaan toilet dan musala	0,430**	Valid
	Kondisi fasilitas panggung, gazebo, dan meja payung	0,450**	Valid
	Ketersediaan kantin atau tempat makan	0,420**	Valid
	Harga sewa fasilitas yang disediakan	0,605***	Valid
3	<i>Accessibility</i>		
	Kondisi jalan	0,548***	Valid
	Ketersediaan petunjuk jalan atau rambu	0,440**	Valid
	Kemudahan akses transportasi umum	0,490***	Valid
	Ketersediaan papan informasi di lokasi	0,466***	Valid
4	<i>Ancillary</i>		
	Adanya pusat informasi di tempat wisata	0,579***	Valid
	Pelayanan yang ramah dan sopan oleh petugas	0,442**	Valid
	Kegiatan promosi yang menarik	0,426**	Valid

Keterangan:

***: Sangat nyata pada taraf kepercayaan 99% ($\alpha=0,01$)** : Sangat nyata pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$)

Tabel 4 menunjukkan hasil uji validitas terhadap tingkat kepentingan nilai r hitung yang didapatkan lebih besar daripada r-tabel yang sebesar 0,36. Hal ini menunjukkan setiap atribut yang digunakan pada tingkat kepentingan dalam pengujian validitas menunjukkan arti data yang

tertera seluruhnya dikatakan valid sehingga dapat digunakan untuk tahap selanjutnya dalam proses penelitian.

Tabel 5. Uji validitas tingkat kinerja

No	Pertanyaan	Corrected item Total correlation	Keterangan
1	<i>Attraction</i>		
	Keindahan pemandangan di tempat wisata	0,633***	Valid
	Kebersihan perkebunan/agrowisata di tempat wisata	0,616***	Valid
	Suasana nyaman dan sejuk	0,687***	Valid
	Ketersediaan spot-spot foto	0,633***	Valid
	Kesesuaian harga tiket dan daya tarik	0,521***	Valid
2	<i>Amenity</i>		
	Kondisi kolam ikan dan kolam renang	0,559***	Valid
	Ketersediaan toilet dan musala	0,659***	Valid
	Kondisi fasilitas panggung, gazebo, dan meja payung	0,566***	Valid
	Ketersediaan kantin atau tempat makan	0,639***	Valid
	Harga sewa fasilitas yang disediakan	0,582***	Valid
3	<i>Accessibility</i>		
	Kondisi jalan	0,585***	Valid
	Ketersediaan petunjuk jalan atau rambu	0,675***	Valid
	Kemudahan akses transportasi umum	0,705***	Valid
	Ketersediaan papan informasi di lokasi	0,594***	Valid
4	<i>Ancillary</i>		
	Adanya pusat informasi di tempat wisata	0,660***	Valid
	Pelayanan yang ramah dan sopan oleh petugas	0,583***	Valid
	Kegiatan promosi yang menarik	0,546***	Valid

Keterangan:

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

Tabel 5 menunjukkan hasil uji validitas terhadap tingkat kinerja nilai r hitung yang didapatkan lebih besar daripada r-tabel yang sebesar 0,36.

Hal ini menunjukkan setiap atribut yang digunakan pada tingkat kinerja dalam pengujian validitas menunjukkan arti data yang tertera seluruhnya dikatakan valid sehingga dapat digunakan untuk tahap selanjutnya dalam proses penelitian.

- b. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen tersebut dapat dipercaya. Instrumen yang telah terstandar dan reliabel tetap harus dilakukan uji coba kembali setiap akan digunakan. Hal ini disebabkan karena setiap subjek, lokasi, dan waktu yang berbeda akan menghasilkan hasil yang berbeda pula (Yusup, 2018). Salah satu cara yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Kuesioner dianggap reliabel jika Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Instrumen pengukuran (kuesioner) dapat diandalkan jika nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar. Reliabilitas juga menunjukkan bahwa hasil pengukuran yang diperoleh melalui kuesioner akan tetap stabil meskipun dilakukan pada waktu yang berbeda atau dengan kelompok responden yang berbeda. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan kinerja dapat disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji reliabilitas tingkat kepentingan dan kinerja

	Cronbach's Alpha	Standard
Tingkat Kepentingan	0,809	0,6
Tingkat Kinerja	0,895	0,6

Tabel 6 menunjukkan hasil uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 25 dari hasil uji tersebut didapatkan bahwa nilai *cronbach's alpha* pada tingkat kepentingan sebesar 0,809 dan tingkat kinerja sebesar 0,895 yang mana nilai *cronbach's alpha* sudah lebih besar dari 0,6 yang artinya data pada setiap atribut yang di uji seluruhnya sudah reliable sehingga dapat digunakan untuk proses selanjutnya.

2. Analisis Kepuasan Pengunjung menggunakan metode analisis *Costumer Satisfaction Index (CSI)*

Untuk menganalisis tujuan pertama digunakan analisis CSI yang bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengunjung terhadap Wisata Jati Agro Farming. Analisis *costumer satisfaction index (CSI)* atau index kepuasan konsumen untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang diberikan secara menyeluruh. CSI didasarkan pada persepsi dan penilaian pengunjung terhadap berbagai aspek yang memengaruhi kepuasan mereka. Pengukuran tingkat kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Skor tingkat kepentingan dan kinerja

Skor kepentingan	Kriteria Jawaban	Skor (nilai)
	Sangat Tidak Penting	1
	Tidak Penting	2
	Cukup Penting	3
	Penting	4
	Sangat Penting	5
Skor kinerja	Kriteria Jawaban	Skor (nilai)
	Sangat Buruk	1
	Buruk	2
	Cukup Baik	3
	Baik	4
	Sangat Baik	5

Sumber : Supranto, 2006

Tabel pengukuran tersebut digunakan untuk mengukur atribut biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung objek wisata Jati Agro Farming. Atribut yang digunakan sebagai objek pengukuran yaitu biaya perjalanan total per orang, biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya rekreasi, dan biaya sewa.

Tahapan pengukuran CSI adalah (Harianja dkk., 2015):

1. Menghitung *Mean Importance Score (MIS)* dan Menghitung *Mean Satisfaction Scores (MSS)*

MIS yaitu rata-rata atribut tingkat kepentingan, sedangkan MSS yaitu atribut rata-rata tingkat kinerja. Rumus untuk perhitungan MIS dan MSS yaitu:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots (5)$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan :

N = Jumlah pengunjung

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

X_i = Nilai kinerja atribut Y ke-i

2. Menghitung *Weight Factors* (WF)

WF mengubah nilai rataan tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari total nilai rataan tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan *Weighted Factor* 100%, didapatkan dengan rumus:

$$WFi = \frac{MIS_i}{\sum MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan :

MIS_i = *Mean Importance Score ke-i*

3. Menghitung *Weight Score* (WS)

WS yaitu nilai perkalian antara nilai rataan tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan *Weighted Factor* masing masing atribut, didapatkan dengan rumus:

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

Keterangan:

MSS = *Mean Satisfaction Score*

WF = *Weighting Factor ke-i*

4. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Perhitungan CSI didapatkan dengan membagi nilai *weight score* (WS) dengan skala tertinggi yang digunakan dalam penelitian, didapatkan dengan rumus:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan :

WS = *Weighted score*

HS = Skala maksimum pada skala likert yang digunakan yaitu 5

Selanjutnya untuk interpretasi hasil perhitungan CSI dikelompokkan atas beberapa kriteria yang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	0,00 – 0,34	Tidak Puas
2	0,35 – 0,50	Kurang Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,66 – 0,80	Puas
5	> 0,80	Sangat Puas

Sumber : Irawan, 2004

3. Analisis Kepuasan Pengunjung menggunakan metode analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Untuk menganalisis tujuan kedua pada penelitian ini dengan mengukur tingkat kepuasan pengunjung dan atribut atas suatu kinerja digunakan *Importance Performance Analysis* (IPA). Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. IPA sering digunakan untuk mengukur kepuasan konsumennya. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja yang telah dilakukan. Apabila tingkat harapannya lebih tinggi daripada kinerja yang telah dilakukan berarti konsumen tersebut belum mencapai kepuasan, begitu pula sebaliknya. IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Langkah-langkah analisis IPA adalah sebagai berikut (Supranto, 2006):

1. Menentukan tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor kepentingan dengan skor kinerja untuk menentukan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja pada atribut yang diteliti secara matematis tingkat kesesuaian dirumuskan sebagai berikut:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan:

T_{ki} : Tingkat kesesuaian responden.

X_i : Skor penilaian kepentingan

Y_i : Skor penilaian kinerja

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

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots (11)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots (12)$$

Keterangan:

X_i = Skor rata-rata harapan atribut i

Y_i = Skor rata-rata kinerja atribut i

n = Jumlah pengunjung

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

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}}{K} \dots\dots\dots (13)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}}{K} \dots\dots\dots (14)$$

Keterangan:

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

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

k = Jumlah atribut yang diteliti

4. Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk memetakan atribut-atribut kualitas jasa pelayanan pendidikan yang telah dianalisis, dengan gambar sebagai berikut.

Kepentingan

High

$\bar{Y}$	Kuadran I (Prioritas utama)	Kuadran II (Pertahankan prestasi)	
$\bar{Y}$	Kuadran III (Prioritas rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)	<i>High</i>
Low			$\bar{X}$ Pelaksanaan (kinerja)

Gambar 5. Diagram kartesius

Keterangan:

1. Kuadran I menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Kuadran II menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan sehingga wajib untuk dipertahankan dan dianggap sangat penting serta memuaskan pelanggan.
3. Kuadran III menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Kuadran IV menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan (Supranto, 2006).

4. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan

Untuk menganalisis tujuan ketiga menggunakan analisis biaya perjalanan dengan tujuan menganalisis biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung Jati Agro Farming. Biaya perjalanan adalah pengeluaran biaya secara keseluruhan yang dikeluarkan oleh pengunjung objek wisata dalam satu kali perjalanan antara lain biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya rekreasi, dan biaya sewa. Secara keseluruhan dapat dihitung dengan rumus berikut.

$$BPT = BT + BK + BTM + BR + BS \dots\dots\dots (15)$$

Keterangan:

BPT = Biaya perjalanan total per individu (Rp)
 BT = Biaya transportasi per individu (Rp)
 BK = Biaya konsumsi per individu (Rp)
 BTM = Biaya tiket masuk per individu (Rp)
 BR = Biaya rekreasi per individu (Rp)
 BG = Biaya sewa per individu (Rp)

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

Analisis regresi linier berganda ini berguna untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke wisata Jati Agro

Farming yang menjawab tujuan ketiga dari penelitian ini. Sebagai variabel terikat yaitu frekuensi kunjungan.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6D_1 + e \dots\dots\dots (16)$$

Keterangan :

Y = Jumlah kunjungan
 a = Konstanta
 b = Koefisien regresi
 X1 = Biaya perjalanan (Rp)
 X2 = Jarak tempuh (km)
 X3 = Pendapatan per bulan (Rp)
 X4 = Umur (tahun)
 X5 = Pendidikan (tahun)
 D1 = Fasilitas
 1 : Baik
 0 : Kurang

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

$$\hat{Y} = \frac{(Y - \bar{Y})}{\sigma} \dots\dots\dots (17)$$

Keterangan:

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

Variabel Dummy dalam penelitian ini merupakan fasilitas, di mana D1 jika pendapat responden terhadap fasilitas yang ada di wisata Jati Agro Farming baik maka diberi angka 1 dan 0 jika kurang.

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

a. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mendeteksi adanya hubungan linier yang sangat kuat (korelasi tinggi) antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Jika terjadi multikolinearitas, variabel independen tersebut saling

berkorelasi sehingga dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam estimasi parameter regresi, membuat koefisien regresi tidak dapat diinterpretasikan dengan benar. Multikolinearitas dapat mengurangi validitas model regresi, karena meningkatkan standar error dari koefisien regresi, yang dapat menyebabkan variabel independen yang seharusnya signifikan menjadi tidak signifikan.

Pendeteksian multikolinearitas dalam suatu model dapat diketahui melalui nilai *Variance Inflation faktor* (VIF) pada masing masing variable independent. Untuk model yang bermasalah memiliki nilai VIF melebihi 10. Selain itu terdapat cara lain untuk mengetahui multikolinearitas adalah dengan menggunakan perbandingan F_i dan F hitung (Pramudhito, 2010).

Kriteria pengambilan keputusan.

1. Jika $F \text{ hitung} > F_i$, maka kolinearitas masing-masing variabel bebas terdapat hubungan.
2. Jika $F \text{ hitung} < F_i$, kolinearitas antar variabel tidak terdapat hubungan

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Model persamaan yang diperoleh dari suatu penelitian terkadang mengalami masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas memiliki konsekuensi, salah satunya yaitu penduga OLS tidak lagi efisien. Uji ini dapat dideteksi dengan menggunakan uji white. Uji white dilakukan dengan melakukan regresi nilai standar residual atas variabel bebas dalam suatu model yang diteliti dengan menggunakan *eviews*. Jika pada uji white diketahui nilai prob chi square apabila nilainya lebih besar dari taraf nyata yang dipakai (α) 0,05 atau 5% maka model tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika prob chi square lebih kecil dari taraf nyata yang

dipakai (α) maka model tersebut terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Untuk melakukan uji hipotesis atas dugaan yang dibuat pada penelitian yang dilakukan di objek wisata Jati Agro Farming yaitu dengan menggunakan.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien regresi data secara bersamaan dapat dihitung secara langsung dengan koefisien determinasi R^2 . Kegunaan dari koefisien determinasi R^2 adalah untuk mengukur tingkat ketepatan yang paling baik dari analisis regresi. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas (biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, dan pendidikan) dan dummy (fasilitas) dalam menjelaskan variasi terikat (jumlah kunjungan) sangat bebas. Begitu pula sebaliknya dengan nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi untuk memprediksi variasi setiap variabel terkait (Ghozali, 2011).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan nilai signifikansi yaitu:

1. Jika nilai signifikansi (sig) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

c. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Jika nilai signifikansi (sig) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau hipotesis dapat diterima.
2. Jika nilai signifikansi (sig) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau hipotesis ditolak

5. Perhitungan Nilai Ekonomi

Untuk menghitung tujuan keempat dari penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan surplus konsumen perindividu. Nilai (*value*) merupakan persepsi seseorang yang menunjukkan harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu baik itu barang, tempat, ataupun jasa dan waktu tertentu. Perhitungan nilai ekonomi menentukan berapa biaya yang diperlukan untuk menunjang pembangunan dan pemeliharaan kawasan ekowisata (Herawati dkk., 2023). Untuk menghitung nilai surplus konsumen per individu menggunakan rumus mengacu pada teori Fauzi (2014), adalah sebagai berikut:

$$SK = \frac{Y^2}{2B} \dots\dots\dots (18)$$

Keterangan:

SK = Surplus Konsumen/ individu/ kunjungan

Y = Frekuensi kunjungan

B = Koefisien regresi biaya perjalanan (TC)

Koefisien biaya perjalanan merupakan nilai koefisien biaya perjalanan yang dihasilkan dari fungsi permintaan yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan teori tersebut maka nilai ekonomi

wisata Jati Agro Farming merupakan total nilai manfaat yang diterima oleh seluruh pengunjung, sehingga estimasi nilai ekonomi wisata Jati Agro Farming dapat dihitung menggunakan rumus yang mengacu pada teori Marsinko dkk (2002) berikut:

$$EV = SK \times TP \dots\dots\dots (19)$$

Keterangan:

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

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Objek Wisata Jati Agro Farming

Proyek Wisata Jati Agro Farming sudah ada sejak tahun 2019 dan dikembangkan pada tahun 2022 dengan kerjasama yang erat bersama masyarakat sekitar. Inisiatif ini berawal dari gagasan Bapak Calvin selaku pemilik kebun pohon jati dan area persawahan yang luas. Awalnya, lahan tersebut direncanakan untuk pembangunan villa pribadi dan kebun yang dikhususkan bagi keluarga, kemudian dari masyarakat sekitar muncul antusiasme yang tinggi terhadap konsep agraris yang diusung. Saran dan masukan dari masyarakat sekitar mendorong Bapak Calvin untuk mempertimbangkan perubahan dalam pengelolaan lahan tersebut. Setelah pertimbangan yang matang, beliau memutuskan untuk mengubah lahan tersebut menjadi destinasi Wisata Edukasi Agro Farming yang dibuka untuk umum. Langkah ini tidak hanya menjawab kebutuhan masyarakat, tetapi juga menciptakan peluang baru dalam dunia pariwisata.

Sejak awal pendiriannya, Jati Agro Farming menghadapi berbagai tantangan yang cukup berat. Proyek ini tidak hanya memerlukan investasi finansial, tetapi juga komitmen dan kerja keras untuk mengelola lahan yang awalnya belum terkelola dengan baik. Bapak Calvin memiliki tekad yang kuat dan mulai mengembangkan konsep wisata ini secara bertahap. Dukungan dari masyarakat sekitar sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi keberlangsungan usaha ini. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara pengusaha dan masyarakat dalam membangun suatu destinasi wisata.

Jati Agro Farming dalam waktu yang relatif singkat telah berhasil membangun reputasi yang solid sebagai destinasi wisata edukasi. Keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah dan organisasi non-pemerintah yang peduli terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan. Bapak Calvin dan timnya terus berupaya untuk mengembangkan konsep agro wisata ini agar semakin menarik dan bermanfaat bagi pengunjung. Jati Agro Farming berkomitmen untuk terus menjadi pionir dalam sektor wisata agro di Indonesia dengan fokus pada keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat. Melalui dedikasi dan inovasi, tempat ini diharapkan mampu memberikan dampak positif yang luas bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

B. Lokasi Objek Wisata Jati Agro Farming

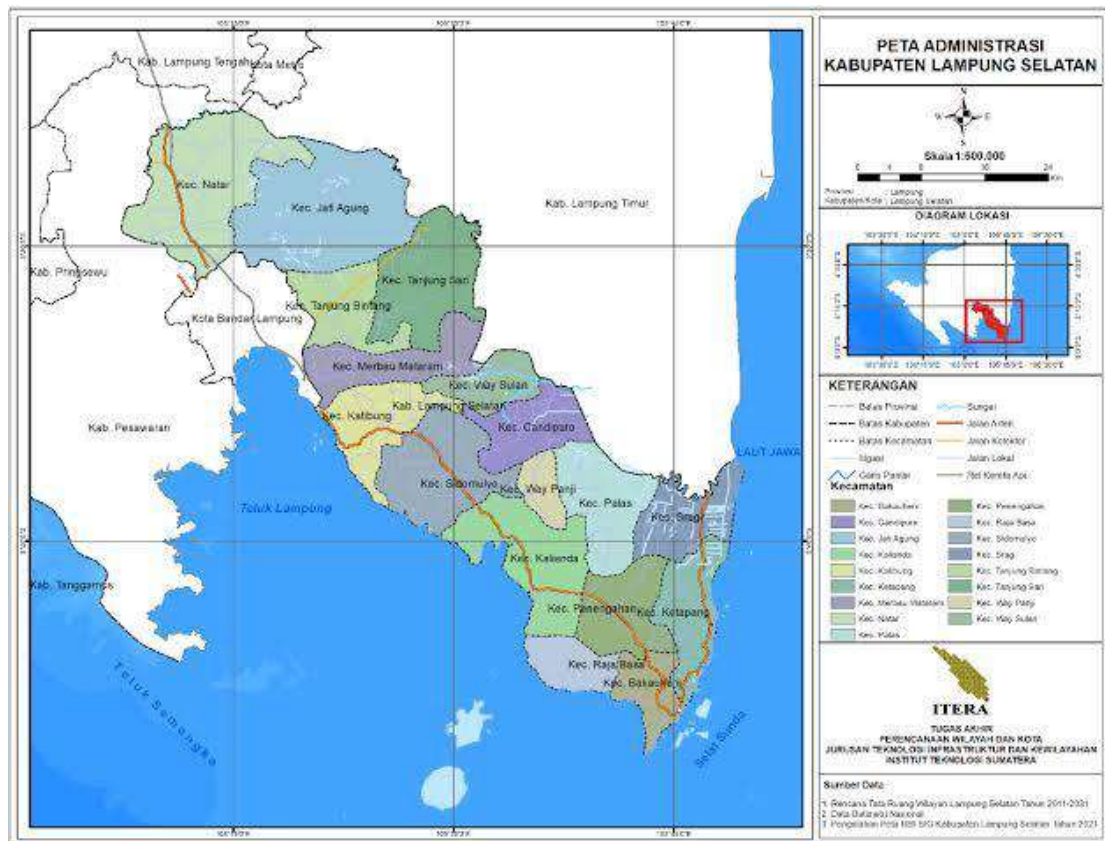
1. Letak Geografis

Jati Agro Farming berada di Desa Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan dan secara geografis Kabupaten Lampung Selatan terletak pada koordinat $105^{\circ}10'$ - $106^{\circ}00'$ Bujur Timur dan $5^{\circ}10'$ - $6^{\circ}10'$ Lintang Selatan.

Kecamatan Jati Agung memiliki luas $164,47 \text{ km}^2$ atau 7,8% dari luas daratan Kabupaten Lampung Selatan dengan batasan sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lampung Timur
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kota Bandar Lampung dan Kecamatan Tanjung Bintang
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Jati Agung Pesawaran
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Lampung Timur

Kecamatan Jati Agung memiliki jarak sebesar 71 km dengan pusat pemerintahan Kabupaten Lampung Selatan. Luas daerah Desa Jatimulyo sebesar $10,59 \text{ km}^2$ atau 6,44% dari luas Kecamatan Jati Agung dan memiliki jarak ke Ibukota Kecamatan Jati Agung sebesar 7 km.



Gambar 6. Peta Wilayah Kabupaten Lampung Selatan
Sumber : Repo Itera, 2022

2. Keadaan Demografis

Kecamatan Jati Agung memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi, yaitu 760 jiwa/km. Total populasi di kecamatan ini mencapai 125.035 jiwa yang terdiri dari 63.779 penduduk laki-laki dan 61.256 penduduk perempuan. Desa Jatimulyo memiliki jumlah penduduk terbanyak ke-2 di Kecamatan Jati Agung yaitu sebesar 15,49% yang terdiri dari 9.870 jiwa laki-laki dan 9.492 jiwa perempuan.

Jumlah penduduk Kecamatan Jati Agung berdasarkan kelompok usia tertinggi berusia 10-14 tahun yaitu sebanyak 11.585 jiwa atau sebesar 9,27% dari total penduduk, sedangkan penduduk Kecamatan Jati Agung berdasarkan kelompok usia terendah berusia 70-74 tahun yaitu sebanyak 2.043 jiwa atau sebesar 1,63%. Adanya lansia di kecamatan ini memerlukan perhatian khusus dalam hal pelayanan dan kegiatan yang

mendukung kualitas hidup mereka. Jumlah penduduk Kecamatan Jati Agung pada tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9. Jumlah penduduk Kecamatan Jati Agung tahun 2023

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase Penduduk (%)	Kepadatan Penduduk (per km ²)
1	Way Huwi	10.119	8,09	2.053
2	Jatimulyo	19.362	15,49	1.828
3	Banjar Agung	3.045	2,44	520
4	Gedung Harapan	907	0,73	195
5	Gedung Agung	1.844	1,47	346
6	Margomulyo	3.116	2,49	340
7	Sidodadi Asri	6.278	5,02	1.305
8	Purwotani	2.689	2,15	420
9	Sumber Jaya	4.658	3,73	776
10	Margodadi	3.257	2,60	503
11	Margo Lestari	3.114	2,49	498
12	Marga Agung	4.612	3,69	801
13	Marga Kaya	3.752	3,00	525
14	Sinar Rejeki	8.394	6,71	286
15	Sidoharjo	3.292	2,63	540
16	Rejomulyo	6.368	5,09	891
17	Karang Anyar	19.371	15,49	1.802
18	Fajar Baru	7.041	5,63	1.100
19	Karang Sari	6.154	4,92	849
20	Karang Rejo	5.604	4,48	755
21	Margorejo	2.058	1,65	308
Jumlah		122.449	100,00	760

Sumber : BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2024

3. Keadaan Ekonomi

Sebaran sarana perdagangan pada Kecamatan Jati Agung dikelompokkan menjadi Kelompok Pertokoan, Pasar, Mini Market/Swalayan/Supermarket, dan Restoran/Rumah Makan. Kelompok Pertokoan terdapat di 5 desa, yaitu Jatimulyo, Margodadi, Karang Anyar, Fajar Baru, dan Karang Sari. Sebaran sarana perdagangan Pasar terdapat di 10 desa, yaitu Jatimulyo, Sidodadi Asri, Purwotani, Margodadi, Marga Agung, Sinar Rejeki, Sidoharjo, Rejomulyo, Karang Anyar, dan Fajar Baru. Sebaran sarana perdagangan Swalayan terdapat di 6 desa, yaitu Way Huwi, Jatimulyo, Margodadi, Karang Anyar, Fajar Baru, dan Karang Sari, sedangkan

sebaran untuk rumah makan hanya terdapat di 3 desa, yaitu Jatimulyo, Karang Anyar, dan Fajar Baru. Sebaran sarana perdagangan di Kecamatan Jati Agung dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 10. Sebaran sarana perdagangan di Kecamatan Jati Agung 2021

No	Desa/Kelurahan	Kelompok Pertokoan	Pasar	Swalayan	Restoran
1	Way Huwi	-	-	8	-
2	Jatimulyo	2	2	6	3
3	Banjar Agung	-	-	-	-
4	Gedung Harapan	-	-	-	-
5	Gedung Agung	-	-	-	-
6	Margomulyo	-	-	-	-
7	Sidodadi Asri	-	1	-	-
8	Purwotani	-	1	-	-
9	Sumber Jaya	-	-	-	-
10	Margodadi	1	1	1	-
11	Margo Lestari	-	-	-	-
12	Marga Agung	-	2	-	-
13	Marga Kaya	-	-	-	-
14	Sinar Rejeki	-	2	-	-
15	Sidoharjo	-	1	-	-
16	Rejomulyo	-	1	-	-
17	Karang Anyar	2	1	4	1
18	Fajar Baru	1	1	4	2
19	Karang Sari	5	-	4	-
20	Karang Rejo	-	-	-	-
21	Margorejo	-	-	-	-
Jumlah		11	13	27	6

Sumber : BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2022

C. Fasilitas Objek Wisata Jati Agro Farming

Fasilitas merupakan segala bentuk sarana atau prasarana yang disediakan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pengunjung. Fasilitas yang dimiliki Jati Agro Farming diantaranya kolam ikan, kolam renang, musala, toilet, panggung, gazebo, meja payung, kantin, lahan parkir, aula, dan area foto.

1. Kolam ikan

Kolam ikan adalah salah satu fasilitas yang berguna untuk memberikan keindahan pada tempat wisata. Jati Agro Farming memiliki berbagai

ukuran kolam ikan, mulai dari kolam yang ukuran kecil hingga besar. Kolam ikan yang ada tidak semuanya terawat dengan baik, terdapat kolam ikan yang kurang terawat sehingga kolam ditumbuhi banyak lumut dan membuat kolam terlihat kotor.

2. Kolam renang

Kolam renang pada Jati Agro Farming berada tepat di belakang panggung, dengan kedalaman kolam renang 70-100 cm. Pengunjung kolam renang umumnya anak-anak, namun terkadang juga ada pengunjung berusia dewasa. Harga tiket masuk untuk menikmati fasilitas kolam renang untuk semua usia adalah Rp5.000/orang. Kondisi kolam renang cukup baik, meskipun hampir setiap hari ada pengunjung yang datang untuk berenang.

3. Musala

Musala adalah tempat ibadah bagi seorang yang beragama islam. Musala ini menyediakan beberapa mukena, sajadah, dan sarung yang dapat digunakan apabila pengunjung tidak membawa peralatan ibadah. Fasilitas musala ini dapat mempermudah pengunjung yang ingin beribadah apabila waktu salat telah tiba. Kondisi musala pada bagian dalam tempat salat cukup baik, namun tempat wudu untuk perempuan dan laki-laki tidak di pisah dan terlihat kotor.

4. Toilet

Fasilitas toilet di Jati Agro Farming terletak di beberapa tempat, seperti di kolam renang, musala, dan dekat pintu masuk. Fasilitas ini dapat digunakan oleh pengunjung secara bebas tanpa ada biaya apa pun. Ketersediaan air di semua toilet baik dan lancar, namun kondisi toilet sering terlihat kotor terutama saat sedang banyak pengunjung.

5. Panggung

Panggung yang dimiliki oleh Jati Agro Farming cukup luas yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk mengadakan acara di tempat wisata. Fasilitas panggung ini dikelilingi oleh gazebo, meja payung, dan aula, sehingga untuk melihat ke arah panggung pengunjung hanya perlu duduk

di gazebo, meja payung, dan aula sekitar panggung. Harga sewa panggung Rp100.000 per jam dan pengunjung di bebaskan untuk menggunakan lapangan.

6. Gazebo dan Meja Payung

Gazebo dan meja payung digunakan sebagai tempat duduk dan istirahat pengunjung. Jati Agro Farming memiliki beberapa bentuk gazebo, seperti Gazebo Segitiga yang memiliki bentuk segitiga dengan terdapat sofa, Gazebo Cendana yang terbuat dari kayu bambu dengan alas keramik, dan Gazebo Alpukat yang memiliki bentuk persegi dengan alas kayu bambu. Jati Agro Farming juga memiliki tempat duduk bentuk saung, pondok, dan meja payung. Kondisi gazebo dan meja payung terlihat baik dan terawat. Harga sewa gazebo bermacam-macam tergantung ukurannya, mulai dari Rp25.000 yang dapat menampung 5 orang sampai Rp150.000 yang dapat menampung 30 orang, dan terdapat meja payung sebagai fasilitas tempat duduk satu-satunya yang tidak berbayar.

7. Kantin

Kantin digunakan sebagai tempat menjual makanan dan minuman yang dapat dibeli oleh pengunjung. Jati Agro Farming memiliki 2 kantin yang masing-masing terletak di dekat kolam renang dan musala. Fasilitas kantin ini memudahkan pengunjung yang tidak membawa makanan dan minuman dari luar. Kondisi semua kantin baik dan nyaman.

8. Aula

Aula adalah fasilitas yang disediakan oleh Jati Agro Farming yang dapat disewa oleh pengunjung saat mengadakan acara di tempat wisata. Jati Agro Farming memiliki 3 aula yang terletak di luar ruangan dengan berbagai kapasitas, untuk Aula Markisa memiliki kapasitas 30-40 orang, Aula Lavender memiliki kapasitas 40-60 orang, dan Aula Utama dengan kapasitas 40-60 orang. Harga sewa semua fasilitas aula ini sama, yaitu Rp550.000. Jati Agro Farming menyediakan ambal dan sound sistem apabila pengunjung ingin menggunakannya.

9. Lahan parkir

Lahan parkir yang dimiliki Jati Agro Farming cukup luas dan aman karena ada petugas parkir yang menjaga. Tempat parkir untuk kendaraan roda dua berada di dalam area wisata sedangkan untuk kendaraan roda empat berada di luar area wisata atau di luar pagar.

10. Area foto

Fasilitas spot foto digunakan untuk pengunjung yang ingin berfoto-foto atau membuat konten kekinian. Berbagai macam spot foto yang disediakan Jati Agro Farming, seperti jembatan kolam ikan, air terjun buatan, tulisan Jati Agro Farming dengan pemandangan persawahan, jalanan kayu ditengah sawah, dan terowongan dengan hiasan baling-baling.



Gambar 7. Area foto pada Wisata Jati Agro Farming

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan

1. Pengunjung puas atas setiap biaya yang dikeluarkan ketika berkunjung ke Objek Wisata Jati Agro Farming.
2. Atribut yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan berada pada kuadran I atau prioritas utama yaitu suasana nyaman dan sejuk, ketersediaan toilet dan musala, harga sewa fasilitas yang disediakan, dan kondisi jalan.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan Wisata Jati Agro Farming adalah biaya perjalanan, pendapatan, dan fasilitas.
4. Nilai ekonomi Wisata Jati Agro Farming dengan menggunakan metode *Travel Cost Method* adalah sebesar Rp1.086.169.650 per tahun.

B. Saran

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

1. Bagi pihak pengelola Wisata Jati Agro Farming, perlu melakukan peningkatan dan perbaikan fasilitas wisata. Pihak pengelola dapat memperhatikan atribut suasana nyaman dan sejuk, ketersediaan toilet dan musala, dan harga sewa fasilitas yang disediakan. Pihak pengelola diharapkan dapat melakukan upaya perbaikan, dengan cara tidak membakar sampah di sekitar area wisata guna menjaga kenyamanan pengunjung. Selain itu, kebersihan pada toilet dan musala dapat lebih diperhatikan agar tetap bersih dan tidak menimbulkan bau yang mengganggu, serta harga sewa fasilitas sebaiknya dipertimbangkan

kembali agar pengunjung tidak merasa terlalu mahal untuk harga yang ditawarkan.

2. Hasil penelitian menunjukkan kondisi jalanan menuju tempat wisata banyak yang rusak, rambu di jalan masih sedikit, dan tidak adanya transportasi umum untuk menuju ke lokasi wisata, maka disarankan bagi pemerintah dan pengelola sebaiknya dapat melakukan kerja sama untuk memperbaiki aksesibilitas kondisi jalan, menyediakan petunjuk jalan atau rambu, dan memperbanyak akses transportasi umum.
3. Objek Wisata Jati Agro Farming mengalami peningkatan pengunjung dan pendapatan setiap tahun nya, sehingga potensi pengembangan sektor pariwisata di Jati Agro Farming memiliki prospek yang cukup potensial untuk dikembangkan, maka disarankan bagi peneliti lain dapat menjadi referensi dan menambah literatur ilmiah serta dapat dijadikan penelitian lanjutan terkait strategi pengembangan Wisata Jati Agro Farming.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. D., Deoranto, P., dan Ikasari, D. M. 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Dan *Customer Satisfaction Index*. *Jurnal Industri*. Vol. 4 (2) : 74-81. <https://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/179>. Diakses pada tanggal 2 Desember 2024.
- Arifa, E., Abidin, A., dan Marlina, L. 2019. Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 7 (4): 568–574. [Http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i4.3874](http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i4.3874). Diakses pada Tanggal 1 Juni 2025.
- Armadinata, R., dan Pharmawati, K. 2019. Valuasi Nilai Ekonomi Wisata Pantai Sawarna dengan Menggunakan Travel Cost Method. *Journal of Community Based Environmental Engineering and Management*. Vol. 3 (2) : 49-56. <https://doi.org/10.23969/jcbeem.v3i2.1835>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2024.
- Astuti, S. N. D. dan Yulawati. 2018. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Di Agrowisata Kabupaten Semarang. *Jurnal Agribisnis Terpadu*. 11(2):241. <http://dx.doi.org/10.33512/jat.v11i2.5099>. Diakses pada tanggal 20 November 2024.
- Aulele, S. N. 2012. Pemodelan jumlah kematian bayi di Provinsi Maluku tahun 2010 dengan menggunakan Regresi Poisson. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*. Vol. 6 (2) : 23–27. <https://doi.org/10.30598/barekengvol6iss2pp23-27>. Diakses pada tanggal 15 November 2024.
- Badan Pusat Statistik. 2024. *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan (Perjalanan)*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-tujuan.html>. Diakses pada tanggal 11 September 2024.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan. 2024. *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kabupaten Lampung Selatan (Jiwa)*. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kabupaten Lampung Selatan - Tabel Statistik - Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan. Diakses pada tanggal 11 September 2024.

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan. 2022. *Kecamatan Jati Agung Dalam Angka*. <https://lampungselatankab.bps.go.id/id/publication/2022/09/26/38855159514e5050480ccd28/kecamatan-jati-agung-dalam-angka-2022.html>. Diakses pada tanggal 13 Mei 2025.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan. 2024. *Kecamatan Jati Agung Dalam Angka*. Kecamatan Jati Agung Dalam Angka 2024 - Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan. Diakses pada tanggal 18 April 2025.
- Barbier, E. B., Mike, A., dan Duncan, K. 1977. *Economic Valuation of Wetlands: a Guide for Policy Makers and Planners*. Ramsa Convention Bureau. Switzerland.
- Budihatmojo, H., dan Nugroho, S. B. M. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Objek Wisata Air Terjun Colo Di Kabupaten Kudus. *Journal Of Economics*. Vol. 9 (3): 111-118. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>. Diakses pada tanggal 13 Mei 2025.
- Cahyana, D., Sulaksana, J., Dinar, dan Marina, I. 2022. Valuasi Ekonomi Agrowisata Situ Bolang. *Journal Of Sustainable Agribusiness*. Vol. 1 (1) : 21-26. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jsa/article/view/2759>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2024.
- Chin, W. W. 1998. The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research* : 295-336
- Cooper, dkk. 1995. *Tourism, Principles, and Practive*. Third Edition. Prentice Hall. Harlow.
- Daulay, S. H. P. P. 2022. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, Vol. 12 (2). <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/creativeagung/article/download/2287/2043>. Diakses pada tanggal 20 November 2024.
- Devani, V., dan Rizko, R. A. 2016. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*. Vol. 2 (2). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/2605/1633>. Diakses pada tanggal 20 November 2024.
- Dien, Y. T., Kapantow, G. H. M., dan Rumagit, G. A. J. 2024. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Batu Angus Kota Bitung. *Agrisosioekonomi*. Vol. 20 (2) : 747-756.

<https://doi.org/10.35791/agrsosek.v20i2.57502>. Diakses pada tanggal 15 September 2024.

- Dixon, A. D. C., Wilhelmsen, C. A., Chisholm, J. D., dan Clark, D. A. 2018. Synthesis of N-Substituted 3-Amino-4-halopyridines: A Sequential Boc-Removal/Reductive Amination Mediated by Brønsted and Lewis Acids. *J Org Chem*. <https://doi.org/10.1021/acs.joc.7b02966>. Diakses pada tanggal 4 Oktober 2024.
- Effendi, A., Bakri, S., dan Rusita. 2015. Nilai Ekonomi Jasa Wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung Dengan Pendekatan metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Sylva Lestari*. Vol. 3 (3) : 71-84. <https://sylvalestari.fp.unila.ac.id/index.php/JHT/article/view/122/119>. Diakses pada tanggal 8 Mei 2025.
- Ekwarso, H., Aqualdo, N., dan Sutrisno. 2010. Nilai Ekonomi Lingkungan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Objek Wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu (Pendekatan Biaya Perjalanan). *Jurnal Ekonomi*. Vol. 18 (3) : 103-200. <https://www.neliti.com/publications/8804/nilai-ekonomi-lingkungan-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-permintaan-objek-wi>. Diakses pada tanggal 7 Mei 2025.
- Endrayanto, P. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ermayanti, F. 2012. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park dengan Metode Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.
- Fauzi A. 2003. *Studi Valuasi Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan di Kawasan Lindung (Konservasi)*. PT. Bernala Nirwana. Jakarta.
- Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan: Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fauzi, A. 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fauzi, A. 2014. *Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Febranadya, I., Pancawati, J., dan Krisdianto N. 2022. Valuasi Nilai Ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi Menggunakan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Perdesaan*. Vol. 6 (2) : 89-101. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/p2wd/article/view/37946>. Diakses pada tanggal 4 Agustus 2024.
- Freeman III, A.M. 2003. *The Measurement of Environmental and Resource*

Values. Resources for the Future. Washington, D.C.

- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
https://www.academia.edu/86315138/Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Multivariate_Dengan_Program_SPSS_versi_19_Semarang_Universitas_Diponegoro. Diakses pada tanggal 15 Desember 2024.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gravitiani, E. 2010. Aplikasi Individual Travel Cost Method Di Area Publik. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. Vol. 11 (1) : 30-37.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=_h-6McYAAAAJ&citation_for_view=_h-6McYAAAAJ:8k81kl-MbHgC. Diakses pada tanggal 3 November 2024.
- Hardiyanti, N., dan Subari, S. 2020. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *AGRISCIENCE*. Vol. 1 (1) : 124-137.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience/article/view/7902>. Diakses pada tanggal 4 Agustus 2024.
- Harianja, D. D., Rahmawati, R., dan Mukid, M. A. 2015. Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan terhadap Pengunjung Perpustakaan Universitas Diponegoro. *Jurnal Gaussian*. Vol. 4 (4) 775–784.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian/article/view/10132>. Diakses pada tanggal 2 Desember 2024.
- Herawati, H., Angellica, M. S., Apriliani, I. M., dan Arief, M. C. W. 2023. Daya Dukung dan Nilai Ekonomi Kawasan Ekowisata di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Akuatika Indonesia*. Vol. 8 (2) : 116-126.
<https://jurnal.unpad.ac.id/akuatika-indonesia/article/viewFile/44881/22408>. Diakses pada tanggal 24 Desember 2024.
- Huda, A., Abidin, Z., dan Rosanti, N. 2022. Valuasi Ekonomi pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol. 9 (3) : 1259-1272.
<http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v9i3.8394>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2024.
- Hurlock, E. B. 2002. *Psikologi Perkembangan 5th edition*. Erlangga. Jakarta.
- Indriastuti, M., Prasmatiwi, F. E., dan Endaryanto, T. 2022. Valuasi Ekonomi dan Dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. *JIIA*. Vol. 10 (1) : 61-68. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/5668>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2024.

- Irawan, H. 2004. *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek*. Gramedia. Jakarta.
- Issac S. dan Michael WB. 1995. *Handbook in Research and Evaluation*. EdITS. San Diego.
- Joesron dan Fathorrazi. 2012. *Teori Ekonomi Mikro*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education Limited.
- Lakuhati, J. R., Pangemanan, P. A., dan Pakasi, C. B. D. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kawasan Ekowisata Di Desabahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosioekonomi*, 14 (1). <https://doi.org/10.35791/agrsosek.14.1.2018.1926> 8. Diakses pada tanggal 20 November 2024.
- Lestari, R., dan 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*. Vol. 3 (2): 134-139. <http://journal.umy.ac.id/index.php/jerss>. Diakses pada tanggal 13 Mei 2025.
- Maesar, A. R., Nurdin, dan Sabir, M. 2022. Analisis Kepuasan Wisatawan Dengan Importance Performance Analysis Di Wisata Pantai Losari Kota Makassar Untuk Mewujudkan Industri Pariwisata Kreatif Dan Berkelanjutan. *Cermin: Jurnal Penelitian*. Vol. 6 (2). https://unars.ac.id/ojs/index.php/cermin_unars/article/view/2330/1806. Diakses pada tanggal 11 Mei 2025.
- Mahardika, D. A., Arifin, B., Nugraha, A. 2019. Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. *JIIA*. Vol. 7 (4) : 474-482. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3862>. Diakses pada tanggal 4 Agustus 2024.
- Mankiw, Quah, dan Wilson. 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marsinko A., Zawacki W.T., Bowker J.M. 2002. Use of Travel Cost Models in Planning: A Case Study, Department of Forest Resource. 6(1):203-211 <https://www.researchgate.net/publication/233675295>. Diakses pada tanggal 21 Juni 2025.
- Matondang, Z. 2009. Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal*

- Tabularasa Pps Unimed*. Vol. 6 (1) : 87-97.
<https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/705/1/Validitas%20dan%20reliabilitas%20suatu%20instrumen%20penelitian.pdf>. Diakses pada tanggal 13 Desember 2024.
- Mowen, J. C., dan M. Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Mutia, L., Muslih, A. M., dan Basri, H. 2023. Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam di Air Terjun Suhom Desa Tunong Krueng Kala, Kecamatan Lhoong, Kabupaten Aceh Besar dengan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*. Vol. 8 (1) : 507-513.
<https://jim.usk.ac.id/JFP/article/view/22815>. Diakses pada tanggal 23 November 2024.
- Nasqa, R. A., dan Darmawan, D. 2025. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Berkunjung di Wisata: Literature Review (*The Influence of Location on Interest in Visiting Tourism: Literature Review*). *JEBI*. Vol. 4 (1) : 1-11.
<https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/download/1816/1593>. Diakses pada tanggal 1 Juni 2025.
- Natacia, G. F., Yuliawan, D., Sirat, M., dan Murwiati, A. 2023. Estimasi Nilai Ekonomi Wisata Dengan Menggunakan Travel Cost Method. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 4 (2): 336-349.
<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/514/328>. Diakses pada tanggal 12 Mei 2025.
- Palinggi, Y., Sabran, dan Hamji. 2023. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA). *JEMI*. Vol. 23 (1).
https://www.researchgate.net/publication/372024688_Analisis_Kepuasan_Pelanggan_Dengan_Importance_Performance_Analysis_IPA. Diakses pada tanggal 2 Desember 2024.
- Panjaitan, T., Saputra, S. W., dan Rudiyan, S. 2019. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta Dengan Pendekatan *Travel Cost*. *Journal of Maquares*. Vol. 8 (3) : 203-210.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/maquares/article/view/24257>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2024.
- Parmawati, R. 2019. *Valuasi Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan Menuju Ekonomi Hijau*. UB Press. Malang.
- Pearce, D. W., Atkinson, G., dan Mourato, S. 2022. *Environmental Economics: Theory and Policy*. Oxford University Press.
- Permata, D., Almasdi, Syaleh, H., Rahmawaty, D., dan Roninda, D. Analisis Penerapan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam Menentukan Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Andika Wedding Organize. *JEMSI*

(*Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*). Vol. 9 (3) : 983-995.
<https://lembagakita.org/journal/index.php/jemsi/article/view/1222>. Diakses pada tanggal 21 November 2024.

Peta Kota. 2025. Peta Kabupaten Lampung Selatan.

Pramudhito, A. 2010. Aplikasi Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) pada Wisata Alam Studi Kasus: Air Terjun Jumog Kabupaten Karanganyar. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

Rahmi, S. A. 2016. Pembangunan Pariwisata dalam Perspektif Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 6 (1).
<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/reformasi/article/view/679/658>.
 Diakses tanggal 30 Oktober 2024.

Rheynaldo, W. G., Murniati, K., Firdasari. 2024. Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost dan Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Grand Elty Kalianda Resort Kabupaten Lampung Selatan. *JIIA*. Vol. 12(1):90-99.
<http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v12i1.8311>. Diakses pada tanggal 21 Juni 2025.

Sadono, S. 2009. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Samuelson, A., dan Nordhaus, D. 2003. *Ilmu Makro Ekonomi*. PT Media Global Edukasi. Jakarta.

Sari, A. N., dan Suyuthie, H. 2022. Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Duo Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol. 6 (1): 1130-1134.
<https://doi.org/10.47492/jrt.v4i2.3690>. Diakses pada tanggal 12 Mei 2025.

Schouten, I. G. 2013. Studi Kepuasan Wisatawan Mancanegara di Sulawesi Utara. *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi. Manado.

Setiawan, D., dan Nurcahyo, R. 2022. Preferensi dan Willingness to Pay Wisatawan terhadap Virtual Reality pada Destinasi Wisata. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 11(2), 1-10.

Silvia, A. T. 2017. Analisis Proses Keputusan Berwisata dan Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk Jakarta Utara. *Skripsi*. Universitas Brawijaya.

Siyoto, S., dan Sodik, M. A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media. Yogyakarta.

Suban, S. A., Madhan, K., dan Shagirbasha, S. 2021. A Bibliometric Analysis of

Halal and Islamic Tourism. *Journal of Islamic Marketing*, 32(1).
<https://doi.org/10.1108/ihr-05-2021-0038>. Diakses pada tanggal 9
 September 2024.

- Sugiarto. 2010. *Ekonomi Mikro: Sebuah Kajian Komprehensif*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiarto, E. 2019. *Pengantar Ekowisata*. Diandra Primamita Media. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suherlan, A. 2014. Analisis Karakteristik, Perilaku, Dan Motivasi Perjalanan Wisatawan Asal Sulawesi Utara Ke Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 4 (3): 16-36. 194755-ID-analisis-karakteristik-perilaku-dan-moti.pdf. Diakses pada tanggal 12 Mei 2025.
- Sujono, R. Y., Rengkung, L. R., dan Kepel, R. C. 2024. Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Sarana Wisata dan Strategi Pengembangan Kawasan Pantai Pulisan Likupang Minahasa Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 8 (1) : 5454–5469.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/13247>. Diakses pada tanggal 15 Mei 2025.
- Sukwika, T., dan Rahmatulloh, F. 2021. Penilaian Taman Wisata Alam Situ Gunung Sukabumi: Penerapan TCM. *Jurnal Pariwisata*. Vol. 8 (2).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>. Diakses pada tanggal 15 November 2024.
- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : untuk menaikkan pangsa pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Susilowati, M. I. 2009. Valuasi ekonomi manfaat rekreasi taman hutan raya Ir. H. Djuanda dengan menggunakan pendekatan travel cost method. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Tampubolon, S. L., Simanjuntak, D. W. S., dan Simanjuntak, M. 2019. Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Atribut Wisata Menggunakan Metode CSI dan IPA pada Wisata Pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara. *Jurnal Sains dan Teknologi*. Vol. 19 (2) : 141-151. pdf-libre.pdf. Diakses pada tanggal 15 September 2024.
- Tjiptono, F., dan Diana, A. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!, Edisi Pertama*. Andi. Yogyakarta.

- Tjiptono, F., dan Gregorius C. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 3*. Andi. Yogyakarta.
- Tobing, A. B., Nopembereni, E. D., Pordamantra, Taufik, E. N., Prajawahyudo, T. 2024. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata Cipta Rasa Slamet Riyadi Di Kota Palangka Raya. *J-SEA*, Vol.19 (2): 118-129. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/j-sea/article/download/19136/6820/43622>. Diakses pada tanggal 15 Mei 2025.
- Trecylia, V., Firdasari, dan Marlina, L. 2023. Kepuasan Pengunjung dan Potensi Pengembangan Wisata Pantai Mutun di Kabupaten Pesawaran. *JIIA*. Vol. 11 (3) : 181-190. Diakses pada 25 November 2024.
- Utama, I. G. B. R. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Andi. Jakarta.
- Warningsih, T., Kusai, Bathara, L., Deviasari, Manalu, M., dan Syahzanani, S. Z. 2021. Valuasi Ekonomi Wisata Pulau Rupa Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau Dengan Metode *Travel Cost Method*. *Journal of Fisheries and Marine Research*. Vol. 5 (3). <https://trislawarningsih.staff.unri.ac.id/files/2021/12/CVALUASI-EKONOMI-WISATA-PULAU-RUPAT-KABUPATEN-BENGKALIS-PROVINSI-RIAU-DENGAN-METODE-TRAVEL-COST-METHOD.pdf>. Diakses pada tanggal 4 Agustus 2024.
- Weaver, D. B. dan Lawton, L. J. 2017. A new visitation paradigm for protected areas Author links open overlay panel. *Tourism Management*. Vol. 60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.018>. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2024.
- Wibowo, H. 2021. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Kawasan Pantai Baron Gunung Kidul Aplikasi *Travel Cost Method*. *Jurnal Litbang Sukowati*. Vol. 4 (2) : 120-130. <http://journal.sragenkab.go.id/index.php/sukowati/article/view/226>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2024.
- Wibowo, M. T. 2020. Valuasi Ekonomi Dengan Pendekatan Travel Cost Method (TCM) Objek Wisata Slanik Waterpark Kabupaten Lampung Selatan. *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Widodo, S. M., dan Sutopo, J. 2018. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika Upgris*. Vol. 4 (1). <https://www.neliti.com/publications/466904/metode-customer-satisfaction-index-csi-untuk-mengetahui-pola-kepuasan-pelanggan>. Diakses pada tanggal 15 November 2024.
- Yusup, F. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah*

Kependidikan. Vol. 7 (1) : 17-23.

https://www.academia.edu/92656032/Uji_Validitas_dan_Reliabilitas_Instrumen_Penelitian_Kuantitatif. Diakses pada tanggal 13 Desember 2024.

Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. e-Gov Publishing. Jogjakarta.