

**VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK OBJEK WISATA
WAY TEBING CEPPA TERHADAP SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT
SEKITAR DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

(Skripsi)

Oleh

Daena Abelia Latifa
2154131013



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK OBJEK WISATA WAY TEBING CEPPA TERHADAP SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

Daena Abelia Latifa

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan, (2) nilai ekonomi objek wisata, dan (3) dampak sosial ekonomi wisata terhadap masyarakat sekitar. Lokasi penelitian adalah objek wisata Way Tebing Ceppa di Kabupaten Lampung Selatan, yang dipilih secara *purposive* karena dianggap sebagai salah satu wisata alam terbaik di daerah tersebut. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan responden sebanyak 77 pengunjung, 14 pelaku usaha, dan 1 pihak pengelola. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung pada Januari–Februari 2025. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda, *Travel Cost Method* (TCM), dan *Keynesian Income Multiplier*. Hasilnya menunjukkan bahwa usia dan biaya perjalanan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan. Nilai ekonomi Way Tebing Ceppa sebesar Rp10,804,486,018 per tahun. Nilai *Keynesian multiplier effect* sebesar 0,10, *income multiplier ratio* tipe I sebesar 1,23 dan tipe II sebesar 1,42. Hal ini menunjukkan bahwa dampak ekonomi lokasi wisata ini masih tergolong rendah karena *nilai multiplier effect* berada di antara nol dan satu.

Kata kunci : Dampak ekonomi, nilai ekonomi, pariwisata, biaya perjalanan.

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION AND IMPACT OF THE WAY TEBING CEPPA TOURIST ATTRACT ON THE SOCIO-ECONOMIC LIFE OF THE SURROUNDING COMMUNITY IN SOUTH LAMPUNG REGENCY

By

Daena Abelia Latifa

This study aims to analyze: (1) factors that influence the number of visits, (2) the economic value of tourist attractions, and (3) the socio-economic impact of tourism on the surrounding community. The location of the study was the Way Tebing Ceppa tourist attraction in South Lampung Regency, which was selected purposively because it is considered one of the best natural attractions in the area. The method used was a case study with 77 visitors, 14 business actors, and 1 manager as respondents. Data were collected through direct interviews in January–February 2025. The analysis was carried out using multiple linear regression, the Travel Cost Method (TCM), and the Keynesian Income Multiplier. The results showed that age and travel costs affected the number of visits. The economic value of Way Tebing Ceppa is IDR 10,804,486,018 per year. The Keynesian multiplier effect value is 0,10, the income multiplier ratio type I is 1,23 and type II is 1,42. This shows that the economic impact of this tourist location is still relatively low because the multiplier effect value is between zero and one.

Keywords: Economic impact, economic value, tourism, travel costs.

**VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK OBJEK WISATA
WAY TEBING CEPPA TERHADAP SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT
SEKITAR DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Oleh

DAENA ABELIA LATIFA

Skripsi

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

Pada

**Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

Judul

**: VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK
OBJEK WISATA WAY TEBING CEPPA
TERHADAP SOSIAL EKONOMI
MASYARAKAT SEKITAR DI KABUPATEN
LAMPUNG SELATAN**

Nama Mahasiswa

: Daena Abelia Latifa

Nomor Pokok Mahasiswa

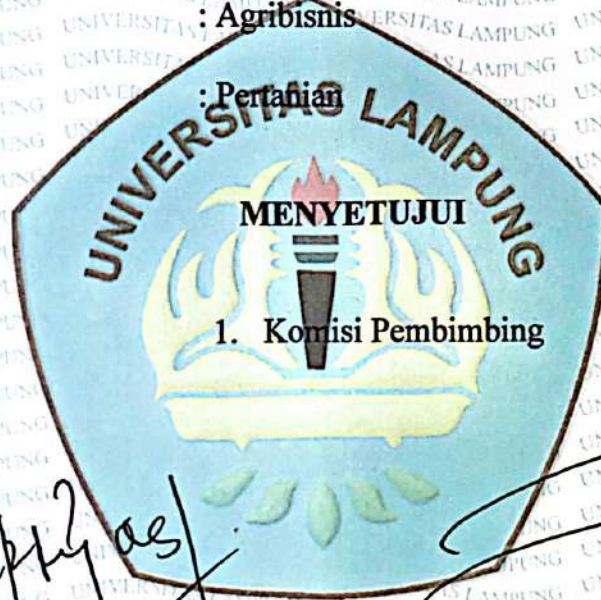
: 2154131013

Program Studi

: Agribisnis

Fakultas

: Pertanian



1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P. NIP. 196302031989022001

Prof. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S. NIP. 196109211987031003

2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

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

Sekretaris

: Prof. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.

Penguji

Bukan Pembimbing : Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.

2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Irena Kuswanta Futas Hidayat, M.P.

NIP 196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 23 Juni 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Daena Abelia Latifa

NPM : 2154131013

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Alamat : Jl. Bumimanti, Gg. Mangga Dua No. 6, Kampung Baru,
Kecamatan Kedaton, Labuhan Ratu, 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, 23 Juni 2025

Pembuat Pernyataan



Daena Abelia Latifa

NPM. 2154131013

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Desa Candra Kencana, Kec. Tulang Bawang Tengah, Kab. Tulang Bawang Barat tanggal 22 Juni 2003, dari pasangan Bapak Gimun (alm) dan Ibu Enah. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) RA AL MUNAWWAROH pada tahun 2009, pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 06 Mulya Asri pada tahun 2015, pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Tulang Bawang Tengah pada Tahun 2018, pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 2 Tumijajar pada tahun 2021. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2021 jalur Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri Barat (SMM PTN-Barat).

Pada tahun 2021, penulis melakukan kegiatan *Homestay* di Desa Mulya Asri, Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Babulang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2024. Selain itu, penulis mengikuti program MBKM Magang di PT Indo Prima Beef di Desa Adijaya, Kabupaten Lampung Tengah selama tiga bulan yaitu pada bulan September – November. Selama masa perkuliahan, penulis mengikuti kegiatan organisasi sebagai anggota bidang I yaitu Akademik dan Pengembangan Profesi di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) periode 2024.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahiim,

Allahuma shalli 'ala Muhammad wa 'ala aali Muhammad

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Way Tebing Ceppa dan Dampak Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar di Kabupaten Lampung Selatan” ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan 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 telah diberikan.
3. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.S., selaku Dosen Pembimbing Pertama sekaligus Pembimbing Akademik atas ketulusan hati, kesabaran, ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi
4. Prof.Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S., sebagai Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu, arahan, motivasi, dukungan, saran dan meluangkan waktu, serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan sepenuh hati kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

5. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Dosen Pembahas atau Penguji untuk ketulusannya dalam memberikan masukan, arahan, motivasi, saran, dan ilmu yang bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi.
6. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis Universitas Lampung untuk semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
7. Seluruh staff di Jurusan Agribisnis Universitas Lampung, Mba Iin, Mba Lucky, Mas Iwan, Pak Bukhari atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Pengelola Wisata Way Tebing Ceppa atas semua arahan, bantuan, dan izin yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Orang tuaku (Alm Bapak Gimun dan Ibu Enah), kakakku (Damar dan Habib). Terima kasih untuk segala cinta dan doa yang selalu mengiringi sepanjang perjalanan penulis.
10. Sahabat seperjuangan, Khansa, Nadya, Cahaya, Eliza Safira Terima kasih atas masukan, saran, semangat, kerjasama, kebersamaan, keceriaan, kesabaran, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan Agribisnis A 2021 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu untuk bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih jauh dari sempurna namun, semoga karya ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Bandar Lampung,
Penulis,

Daena Abelia Latifa

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan.....	9
C. Manfaat Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Valuasi Ekonomi.....	11
2. Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)	15
3. Permintaan Pariwisata	17
4. Surplus Konsumen	20
5. Nilai Ekonomi Pariwisata	21
6. Dampak Pengembangan Wisata	23
7. Pariwisata	26
8. Ekowisata	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran	34
III. METODE PENELITIAN	37
A. Metode Penelitian.....	37
B. Definisi Operasional.....	37
C. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian	41
D. Jenis Data dan Sumber Data.....	44
E. Metode Analisis Data	44
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
2. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan	47
3. Analisis Nilai Ekonomi	52
4. Analisis Dampak Sosial Ekonomi.....	52

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	55
A. Lokasi Wisata Way Tebing Ceppa.....	55
B. Sejarah Wisata Way Tebing Ceppa.....	58
C. Struktur Organisasi Wisata Way Tebing Ceppa	59
D. Sarana dan Prasarana Wisata Way Tebing Ceppa	60
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Karakteristik Responden	62
1. Profil Responden Pengunjung Wisata Way Tebing Ceppa	62
2. Profil Responden Pengelola Wisata Way Tebing Ceppa	77
B. Biaya Perjalanan Wisata Way Tebing Ceppa	78
C. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan ke Wisata Way Tebing Ceppa.....	79
D. Nilai Ekonomi Wisata Way Tebing Ceppa	89
E. Dampak Ekonomi Kegiatan Wisata di Way Tebing Ceppa.....	91
1. Dampak Ekonomi Langsung (<i>Direct Impact</i>)	97
2. Dampak Ekonomi Tidak Langsung (<i>Indirect Impact</i>).....	100
3. Dampak Ekonomi Lanjutan (<i>Induced Impact</i>).....	103
4. Nilai Efek Pengganda (<i>Multiplier Effect</i>)	104
VI. Kesimpulan.....	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah kunjungan wisatawan Provinsi Lampung tahun 2017-2021	2
2. Kajian penelitian terdahulu	30
3. Konsep dasar dan definisi variabel	39
4. Konsep dasar dan definisi variabel sarana dan prasarana	40
5. Indikator dan skor penilaian persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana	45
6. Hasil uji validitas persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana	46
7. Hasil uji reliabilitas persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana	46
8. Jumlah penduduk di Kecamatan Penengahan	58
9. Jumlah pengunjung Way Tebing Ceppa tahun 2021-2023.....	63
10. Sebaran usia pengunjung Way Tebing Ceppa	66
11. Sebaran pendapatan pengunjung Way Tebing Ceppa.....	69
12. Sebaran asal daerah pengunjung Way Tebing Ceppa.....	70
13 Sebaran jarak pengunjung Way Tebing Ceppa.....	71
14. Sebaran jumlah rombongan pengunjung Way Tebing Ceppa	72
15. Sebaran jumlah kunjungan pengunjung Way Tebing Ceppa.....	72
16. Penilaian pengunjung terhadap sarana di Way Tebing Ceppa	75
17. Jumlah persepsi baik dan kurang baik pengunjung terhadap sarana.....	75
18. Penilaian pengunjung terhadap prasarana di Way Tebing Ceppa	76

19. Jumlah persepsi baik dan kurang baik pengunjung terhadap prasarana	76
20. Biaya perjalanan pengunjung Way Tebing Ceppa.....	78
21. Hasil analisis faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan Way Tebing Ceppa	79
22. Hasil uji multikolinearitas faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan Way Tebing Ceppa	81
23. Hasil uji heteroskedastisitas faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan Way Tebing Ceppa	82
24. Nilai ekonomi Way Tebing Ceppa	90
25. Sebaran usia pelaku usaha.....	93
26. Proporsi pengeluaran pengunjung di Way Tebing Ceppa	96
27. Kebocoran pengeluaran pengunjung di Way Tebing Ceppa	97
28. Rincian penerimaan pelaku usaha di Way Tebing Ceppa	99
29. Sebaran pendapatan pelaku usaha dan dampak yang dirasakan di Way Tebing Ceppa	100
30. Pengeluaran unit usaha Way Tebing Ceppa	101
31. Dampak ekonomi tidak langsung di Way Tebing Ceppa	102
32. Proporsi pengeluaran pengelola wisata di Way Tebing Ceppa	103
33. Dampak ekonomi lanjutan di Way Tebing Ceppa.....	103
34. Nilai pengganda dari arus uang yang terjadi di Way Tebing Ceppa	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan <i>Total Economic Value</i> (TEV)	12
2. Kurva surplus konsumen dan produsen	20
3. Bagan air valuasi ekonomi Way Tebing Ceppa.....	36
4. Peta wilayah Kabupaten Lampung Selatan.....	56
5. Peta wilayah Desa Taman Baru.....	57
6. Masjid Way Tebing Ceppa	61
7. Toilet di Way Tebing Ceppa	61
8. Gazebo di Way Tebing Ceppa	62
9. Tempat parkir di Way Tebing Ceppa.....	62
10. Akses jalan Way Tebing Ceppa	63
11. Sebaran gender pengunjung Way Tebing Ceppa.....	62
12. Sebaran pendidikan terakhir pengunjung Way Tebing Ceppa	67
13. Sebaran pekerjaan pengunjung	68
14. Sebaran sumber informasi pengunjung Way Tebing Ceppa	73
15. Sebaran alasan pengunjung melakukan kegiatan wisata di Way Tebing Ceppa	74
16. Sebaran gender pelaku usaha	92
17. Sebaran pendidikan terakhir pelaku usaha	94
18. Sebaran jenis usaha pelaku usaha	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas pengunjung	114
2. Rincian biaya perjalanan	125
3. Biaya perjalanan total.....	133
4. Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan Way Tebing Ceppa	137
5. Suplus konsumen	141
6. Hasil uji multikolinearitas	143
7. Hasil uji heteroskedastisitas	144
8. Hasil analisis faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan Way Tebing Ceppa.....	145
9. Foto dengan pengunjung Way Tebing Ceppa.....	146
10. Foto fasilitas di Way Tebing Ceppa	147

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam, seperti keberagaman hayati, budaya, sejarah, dan keindahan alamnya yang menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang sangat potensial. Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri pariwisata secara berkelanjutan, yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif bagi perekonomian negara (BPS Indonesia, 2021). Sektor pariwisata merupakan sektor berbasis jasa yang memiliki potensi besar dan peran strategis dalam perekonomian nasional dan daerah. Saat ini, sektor pariwisata di Indonesia dianggap efektif dalam meningkatkan devisa Negara, seiring dengan meningkatnya permintaan pariwisata baik di dalam negeri maupun secara global. Melalui sektor pariwisata, pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat didorong secara signifikan, antara lain melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta perbaikan kualitas hidup penduduk (Ermayanti, 2012).

Pertumbuhan sektor pariwisata secara tidak langsung berdampak pada perkembangan sektor-sektor lainnya. Semakin tinggi permintaan terhadap sektor pariwisata tidak menutup kemungkinan sektor lainnya akan ikut tumbuh secara positif (Purwanto, 2013).

Sektor pariwisata di Indonesia banyak memanfaatkan keberagaman hayati, budaya, sejarah, dan keindahan alam yang dimiliki. Faktor-faktor ini menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang sangat potensial dan tentunya menarik perhatian pengunjung nusantara hingga mancanegara. Indonesia memiliki program unggulan pariwisata yang meliputi wisata alam, budaya, kuliner, dan sejarah. Dengan beragam jenis pariwisata tersebut, Indonesia berupaya mengembangkan potensi di setiap daerahnya guna menarik lebih banyak pengunjung dan untuk memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.

Provinsi Lampung memiliki potensi pariwisata yang besar, dengan berbagai destinasi wisata alam dan budaya. Selain itu, Lampung juga memiliki peluang besar untuk mengembangkan berbagai jenis pariwisata, seperti wisata alam, bahari, sejarah, budaya, dan kuliner, yang memiliki prospek cerah untuk dikembangkan. Pada tahun 2023, jumlah kunjungan pengunjung Nusantara ke Lampung mencapai 10 juta orang, yang merupakan capaian tertinggi ketiga di Sumatera. Berikut adalah jumlah kunjungan pengunjung Provinsi Lampung pada tahun 2017-2021.

Tabel 1. Jumlah kunjungan pengunjung Provinsi Lampung tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Kunjungan	Pertumbuhan (%)
2017	6.002.487	
2018	6.881.006	14,64
2019	17.957.376	160,98
2020	7.870.192	-56,16
2021	8.855.256	12,52

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2021.

Bedasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pada tahun 2017 tercatat sebanyak 6.002.487 kunjungan. Pada tahun 2018, terjadi peningkatan sebesar 14,64% menjadi 6.881.006 kunjungan. Kenaikan ini menunjukkan adanya pertumbuhan minat atau aktivitas yang menyebabkan lebih banyak kunjungan dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah kunjungan pada tahun 2019 yang mencapai 17.957.376 kunjungan, meningkat drastis

sebesar 160,98% dari tahun 2018. Lonjakan ini dipicu oleh faktor-faktor signifikan seperti acara besar ataupun kampanye promosi yang berhasil. Sementara itu, tahun 2020 mengalami penurunan kembali sebesar 56,16% menjadi 7.870.192 kunjungan. Penurunan ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia, mengakibatkan pembatasan perjalanan dan penutupan banyak destinasi wisata. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan kembali meningkat sebesar 12,52% menjadi 8.855.256 kunjungan. Peningkatan ini mencerminkan adanya pemulihan yang mulai terjadi seiring dengan pelonggaran pembatasan sehingga lebih banyak orang untuk kembali melakukan perjalanan. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan adanya fluktuasi signifikan dalam jumlah kunjungan selama lima tahun terakhir, dengan puncak tertinggi pada tahun 2019 dan penurunan tajam pada tahun 2020 akibat pandemi. Tren positif yang terjadi pada tahun 2021 mengindikasikan pemulihan yang sedang berlangsung dalam sektor pariwisata.

Lampung Selatan merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sektor wisatanya. Potensi ini didukung oleh keindahan alam seperti pantai, pegunungan, dan air terjun, yang menarik bagi pengunjung. Lokasinya yang strategis, dekat dengan Kota Bandar Lampung dan Pelabuhan Bakauheni, mempermudah akses pengunjung lokal maupun luar daerah. Didukung dengan infrastruktur yang terus berkembang, seperti jalan tol, akomodasi, dan layanan umum lainnya. Kabupaten Lampung Selatan memiliki objek wisata yang berpotensi besar untuk dikembangkan, khususnya di sektor wisata alam. Objek wisata alam yang ada di Kabupaten Lampung Selatan meliputi, Gunung Rajabasa, Air Terjun Way Tayas, Air Terjun Way Kalam, Pemandian Way Belerang, dan Way Tebing Ceppa.

Way Tebing Ceppa merupakan kolam pemandian dengan air yang mengalir langsung dari mata air Gunung Rajabasa. Way Tebing Ceppa beralamatkan di Desa Taman Baru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan,

Provinsi Lampung. Way Tebing Ceppa dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam menyediakan sarana dan prasarana guna mendukung kegiatan pengunjung. Fasilitas yang tersedia meliputi gazebo, mushola, toilet dan kamar ganti, kantin, sewa ban, dan area parkir yang luas. Harga tiket masuk Way Tebing Ceppa adalah Rp5.000 per orang dewasa dan Rp3.000 per anak-anak, dengan biaya tambahan untuk penggunaan fasilitas seperti sewa ban. Jalan menuju Way Tebing Ceppa memiliki akses yang baik, didukung dengan infrastruktur memadai dan petunjuk arah yang jelas, sehingga mempermudah pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi, baik motor maupun mobil.

Wisata Way Tebing Ceppa memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang dapat menjadi salah satu sumber penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Pengembangan ini diharapkan dapat menjadikan Way Tebing Ceppa lebih menarik bagi pengunjung, sehingga mampu meningkatkan pendapatan pengelola, membuka lapangan kerja baru, dan menciptakan peluang usaha bagi masyarakat lokal. Tingginya jumlah kunjungan menjadi faktor kunci dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi di daerah tersebut. Rata-rata jumlah pengunjung yang datang setiap bulan ke objek wisata ini dan melakukan aktivitas ekonomi dengan para pelaku usaha di lokasi objek wisata mencapai sekitar 2.000-7.000 orang. Jumlah ini dapat meningkat hingga 2-3 kali lipat pada momen-momen tertentu, seperti liburan hari raya dan akhir tahun.

Jumlah kunjungan ke objek wisata Way Tebing Ceppa dari tahun 2021 hingga 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2021, jumlah kunjungan tercatat sebanyak 20.000 orang, kemudian tahun 2022 meningkat menjadi 32.300 orang, dan pada tahun 2023 mengalami puncak peningkatan menjadi 52.010. Fluktuasi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu pada tahun 2021 merupakan periode yang masih dipengaruhi oleh pembatasan akibat pandemi COVID-19, yang

menyebabkan rendahnya jumlah kunjungan. Seiring dengan pelonggaran pembatasan dan meningkatnya kepercayaan masyarakat untuk berwisata, jumlah kunjungan mengalami peningkatan pada tahun 2022 dan 2023. Selain itu, upaya promosi yang lebih giat serta pengembangan fasilitas di Way Tebing Ceppa, seperti penambahan infrastruktur, turut berkontribusi terhadap lonjakan kunjungan, terutama pada tahun 2023. Peningkatan jumlah kunjungan ini menunjukkan bahwa Way Tebing Ceppa semakin menarik minat pengunjung, yang dapat berdampak positif pada perkembangan pariwisata lokal.

Valuasi ekonomi adalah proses memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan, baik berdasarkan nilai pasar maupun non-pasar. Pada objek wisata Way Tebing Ceppa, valuasi ekonomi penting untuk mengukur nilai ekonomi yang dapat menjadi dasar pengelolaan dan pengembangan berkelanjutan. Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk menghitung nilai ekonomi dari sumber daya alam. Namun, metode ini memiliki keterbatasan, yaitu pengunjung hanya dapat melakukan perjalanan wisata tunggal. Meskipun demikian, metode biaya perjalanan tetap relevan untuk memberikan informasi bagi pengelola dalam menduga efisiensi pemanfaatan sumber daya alam sebagai sumber pendapatan potensial bagi masyarakat lokal, dan untuk merancang strategi pengembangan serta promosi yang lebih efektif untuk kedepannya.

Pengembangan objek wisata di suatu daerah tentu akan berdampak pada sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dampak sosial ekonomi dari pengembangan pariwisata merupakan upaya untuk memajukan dan mengoptimalkan potensi yang ada. Dampak ekonomi dari aktivitas pariwisata atau berbagai kegiatan ekonomi dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu dampak langsung, tidak langsung, dan lanjutan. Objek wisata yang menerima manfaat langsung ini kemudian membutuhkan bahan baku serta tenaga kerja dari sektor lain, yang pada gilirannya menciptakan dampak tidak

langsung. Selain itu, jika sektor tersebut merekrut tenaga kerja lokal, pengeluaran yang dilakukan oleh tenaga kerja ini akan memberikan dampak lanjutan di area wisata tersebut. Pengembangan wisata alam Way Tebing Ceppa diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat setempat, baik secara langsung, tidak langsung, maupun dalam jangka panjang, sehingga mendukung peningkatan kesejahteraan dan perekonomian lokal.

Bedasarkan uraian masalah pada latar belakang di atas, maka diperlukan penilaian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan di wisata Way Tebing Ceppa, nilai ekonomi dari Way Tebing Ceppa, dan menganalisis seberapa besar dampak wisata Way Tebing Ceppa terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan ke Wisata Way Tebing Ceppa Belum Diketahui

Jumlah kunjungan ke wisata Way Tebing Ceppa dipengaruhi oleh berbagai faktor. Jarak menjadi faktor krusial yang memengaruhi jumlah kunjungan, karena jarak yang jauh menuntut waktu perjalanan yang lebih panjang dan biaya transportasi yang lebih tinggi. Hal ini dapat menjadi hambatan signifikan, terutama bagi calon pengunjung dari luar kota atau daerah yang memiliki keterbatasan waktu dan anggaran. Alternatifnya, calon pengunjung cenderung mempertimbangkan destinasi yang lebih dekat atau mudah diakses. Selain jarak, faktor demografis seperti usia dan tingkat pendidikan juga turut memengaruhi minat masyarakat untuk berwisata. Kelompok usia muda, misalnya, lebih tertarik mengunjungi destinasi wisata alam seperti Way Tebing Ceppa karena menawarkan kesempatan untuk mengeksplorasi keindahan alam dan menikmati

pengalaman baru yang seru di alam terbuka. Sementara itu, tingkat pendidikan dapat memengaruhi cara pandang pengunjung terhadap kualitas destinasi. Pengunjung dengan pendidikan lebih tinggi cenderung selektif dan mencari destinasi yang memiliki nilai edukasi, estetika, atau keunikan tertentu.

Faktor ekonomi juga memainkan peran penting dalam menentukan keputusan berwisata. Pendapatan pengunjung menjadi salah satu penentu utama jumlah kunjungan, di mana masyarakat berpenghasilan tinggi lebih mampu mengalokasikan dana untuk perjalanan wisata, sedangkan pengunjung dengan pendapatan terbatas cenderung memilih destinasi yang lebih ekonomis. Biaya perjalanan, termasuk transportasi dan tiket masuk, sangat memengaruhi keputusan ini; jika biaya dianggap terlalu tinggi dibandingkan manfaat atau pengalaman yang ditawarkan, minat untuk berkunjung ke Way Tebing Ceppa dapat menurun. Selain itu, ketersediaan sarana dan prasarana, seperti, toilet, mushola, gazebo, tempat makan, akses jalan dan kebersihan objek wisata, menjadi aspek yang sangat penting dalam menarik pengunjung. Infrastruktur yang memadai meningkatkan kenyamanan dan daya tarik destinasi, sedangkan kekurangan fasilitas dapat mengurangi minat, terutama bagi pengunjung yang mengutamakan kenyamanan dalam berwisata.

2. Belum Diketuainya Nilai Ekonomi yang Dihasilkan Oleh Wisata Way Tebing Ceppa

Objek wisata Way Tebing Ceppa merupakan salah satu destinasi yang menarik bagi pengunjung dan memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai tempat rekreasi wisata alam. Way Tebing Ceppa diharapkan mampu menjadi salah satu sumber daya yang berperan dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat sekitar. Namun besaran kontribusi ekonominya terhadap perekonomian masyarakat sekitar belum secara rinci diketahui. Dengan demikian, maka diperlukan penilaian ekonomi terhadap Way Tebing Ceppa guna

mengetahui sejauh mana manfaat ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas wisata di kawasan ini. Penilaian ekonomi ini nantinya dapat menjadi dasar pertimbangan dalam perencanaan pengembangan dan optimalisasi pengelolaan aset serta fasilitas secara berkelanjutan. Selain itu, hasil penilaian ini juga akan berperan penting dalam upaya pencegahan kerusakan lingkungan di Way Tebing Ceppa, sehingga pengelolaan wisata dapat berjalan secara seimbang antara manfaat ekonomi dan pelestarian alam.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan pendekatan metode biaya perjalanan di wisata Way Tebing Ceppa untuk mengetahui nilai ekonomi kawasan wisata. Pendekatan ini memberikan gambaran manfaat ekonomi bagi pengunjung sekaligus menjadi alat valuasi penting untuk pelestarian kawasan wisata. Metode biaya perjalanan sangat relevan untuk digunakan karena Way Tebing Ceppa merupakan objek wisata alam yang tidak memiliki harga pasar langsung. Dengan mengukur biaya yang dikeluarkan pengunjung, dapat diperoleh estimasi permintaan rekreasi yang mencerminkan nilai ekonomis dari kawasan tersebut. Hal ini membantu dalam memahami kontribusinya, yang nantinya bisa digunakan untuk mendukung pengelolaan dan pengembangan wisata secara berkelanjutan.

3. Dampak Ekonomi Wisata Way Tebing Ceppa terhadap Masyarakat Sekitar Belum Diketahui

Pengembangan objek wisata di suatu daerah tentu akan berdampak pada sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Way Tebing Ceppa merupakan salah satu destinasi wisata alam yang mendorong aktivitas ekonomi antara pengunjung dan masyarakat lokal yang menjalankan usaha di sekitar lokasi wisata. Terdapat beberapa pelaku usaha di objek wisata ini seperti pedagang makanan dan minuman, penyedia jasa sewa ban, dan penyedia jasa penitipan kendaraan. Selain itu, Way Tebing Ceppa juga

menyediakan lapangan kerja terutama bagi masyarakat di sekitar objek wisata.

Dampak ekonomi dari aktivitas pariwisata atau berbagai kegiatan ekonomi dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu dampak langsung, tidak langsung, dan lanjutan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Way Tebing Cepa memberikan dampak ekonomi terhadap masyarakat sekitar.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan pengukuran dampak ekonomi yang dihasilkan oleh kegiatan wisata di Way Tebing Ceppa terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Pengukuran ini akan dilakukan dengan menggunakan metode *Keynesian Income Multiplier* untuk mengetahui seberapa besar dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh objek wisata Way Tebing Ceppa terhadap masyarakat sekitar.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Faktor-faktor apa saja memengaruhi jumlah kunjungan di wisata Way Tebing Ceppa?
2. Berapa nilai ekonomi dari wisata Way Tebing Ceppa berdasarkan metode biaya perjalanan (*travel cost method*)?
3. Bagaimana dampak wisata Way Tebing Ceppa terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar di Kabupaten Lampung Selatan?

B. Tujuan

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan di objek wisata Way Tebing Ceppa Kabupaten Lampung Selatan.
2. Menganalisis nilai ekonomi objek wisata Way Tebing Ceppa Kabupaten Lampung Selatan.

3. Menganalisis dampak wisata Way Tebing Ceppa terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar di Kabupaten Lampung selatan.

C. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola atau pihak-pihak terkait di wisata Way Tebing Ceppa, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengelolaan dan mengambil keputusan yang lebih baik sehingga daya tarik wisata Way Tebing Ceppa terus meningkat.
2. Bagi pemerintah, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk turut serta dalam meningkatkan fasilitas destinasi wisata tertentu dan untuk mendukung pengambilan kebijakan.
3. Bagi peneliti lain, dapat digunakan sebagai referensi dan menambah literatur dalam melakukan penelitian yang sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi adalah salah satu upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan dari nilai pasar baik yang tersedia ataupun tidak tersedia (Fauzi, 2006). Valuasi ekonomi adalah usaha untuk memberikan nilai kuantitatif pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan, baik berdasarkan nilai pasar (*market value*) maupun nilai non-pasar (*non market value*). Valuasi ekonomi sumber daya adalah alat ekonomi yang menggunakan teknik penilaian tertentu untuk memperkirakan nilai uang dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Adanya konsep valuasi ekonomi ini, memungkinkan para pembuat kebijakan menentukan penggunaan sumber daya alam dan lingkungan secara efektif dan efisien. Hal tersebut dikarenakan oleh penerapan valuasi ekonomi yang menunjukkan hubungan antara konservasi sumber daya alam dengan pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, valuasi ekonomi dapat dijadikan alat yang penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan dan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan (Fitri, 2017).

Nilai *Total Economic Value* (TEV) dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut.

$$TEV = UV + NUV = (DUV + IUV) + (BV + EV).....(1)$$

Keterangan:

TEV = *Total economic value* (total nilai ekonomi)

UV = *Use value* (nilai guna)

NUV = *Non use value* (nilai intrinsik)

DUV = *Direct use value* (nilai guna langsung)

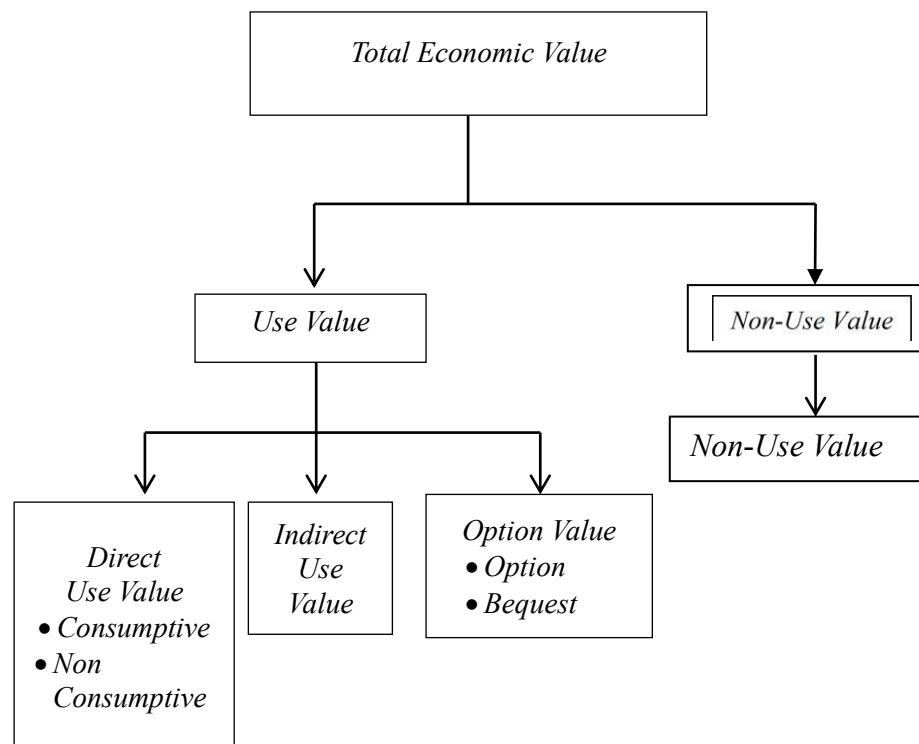
IUV = *Indirect use value* (nilai guna tak langsung)

OV = *Option value* (nilai pilihan)

EV = *Existence value* (nilai keberadaan)

BV = *Bequest value* (nilai warisan)

Konsep perhitungan *Total Economic Value* (TEV) disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan *Total Economic Value* (TEV)

Sumber: Pagiola, et al (2004).

Gambar 1 menunjukkan bahwa pada pengukuran TEV terdapat 2 metode yaitu metode nilai guna (*use value*) dan nilai non guna (*non-use value*). Nilai guna terdiri dari nilai guna langsung (*direct use value*) mencakup penggunaan yang mengonsumsi sumber daya (*consumptive*) dan penggunaan yang tidak menghabiskan sumber daya (*non-consumptive*), nilai guna tidak langsung (*indirect use value*), dan nilai pilihan (*option value*) yang terdiri dari *option*, terkait dengan menjaga pilihan untuk menggunakan sumber daya di masa depan, dan *bequest*, yakni nilai yang terkait dengan mewariskan sumber daya kepada generasi mendatang.

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

a. Pendekatan Orientasi Pasar

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

- d) Biaya perjalanan (*travel cost*)
- e) Pendekatan perbedaan nilai upah (*wage differential methods*)
- f) Penerimaan atas kompensasi

b. Pendekatan Orientasi Survei

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

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

Menurut Turner *et al* (1994) metode valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan secara umum dikelompokkan dalam dua pendekatan, yaitu pendekatan fungsi permintaan (*demand approach*) dan pendekatan yang tidak menggunakan fungsi permintaan (*non-demand approach*). Pendekatan fungsi permintaan memiliki nilai pasar sehingga memiliki nilai yang tampak (*revealed*) berupa nilai moneter. Pada pendekatan ini terdapat beberapa pilihan pendekatan dalam menghitung nilai sumber daya, meliputi *contingent valuation*, *travel cost*, dan *hedonic pricing*.

Sedangkan pendekatan yang tidak menggunakan fungsi permintaan memiliki penilaian atas suatu sumberdaya didasarkan kepada pertimbangan rasional terhadap pemanfaatan sumberdaya. Pendekatan ini meliputi pilihan pendekatan, yaitu metode dosis-respon (*the dose-response*), biaya penggantian (*replacement cost*), perilaku mencegah (*mitigation behavior*), dan biaya kesempatan (*opportunity cost*). Dengan demikian, valuasi ekonomi dapat diukur menggunakan metode biaya perjalanan, yaitu menganalisis pengeluaran pengunjung guna memahami manfaat ekonomi lokasi rekreasi berdasarkan perilaku dan preferensi pengunjung.

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

Metode biaya perjalanan adalah metode yang digunakan untuk memperkirakan nilai dari ekosistem sumber daya seperti hutan wisata, taman umum, danau, dan pantai yang berfungsi sebagai tempat rekreasi. *Travel cost method* merupakan salah satu teknik valuasi ekonomi yang dapat digunakan untuk menilai jasa lingkungan berupa keindahan alam yang dimanfaatkan sebagai objek wisata (Jala, 2015). Konsep dasar dari metode biaya perjalanan menyatakan bahwa waktu dan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mengunjungi suatu lokasi dianggap sebagai harga untuk mengakses tempat tersebut. Metode biaya perjalanan sering digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) (Fauzi, 2010). Metode biaya perjalanan juga dapat digunakan untuk memperkirakan nilai yang berhubungan dengan ekosistem, taman, museum, danau, kebun binatang dan pantai yang digunakan untuk tempat liburan.

Penggunaan metode biaya perjalanan bertujuan untuk menentukan nilai kegunaan (*use value*) dari sumber daya alam atau lingkungan menggunakan pendekatan *proxy*. Dengan kata lain, biaya yang dikeluarkan oleh individu untuk mengkonsumsi barang atau jasa dari

sumber daya alam digunakan sebagai *proxy* untuk menentukan harga dari sumber daya tersebut (Fauzi,2010). Menurut Fauzi (2006), *Travel Cost Method* memiliki dua tipe pendekatan, yaitu:

a. *Zonal Travel Cost Method* (ZTCM)

Estimasi TCM didasari pada data yang saling berhubungan dengan zona asal pengunjung, dengan persamaan sebagai berikut.

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

Keterangan:

V_{hj}/N_h = Tingkat partisipasi zona h (kunjungan perkapita ke lokasi (wisata) j).

Ph_j = Biaya perjalanan dari zona h ke lokasi j.

$SOCh$ = Vektor dari karakteristik sosial ekonomi zona h

$SUBh$ = Vektor dari karakteristik lokasi rekreasi substitusi untuk individu di zona h.

$SUBh$ = Vektor dari karakteristik lokasi rekreasi substitusi untuk individu di zona h.

b. *Individual Travel Cost Method* (ITCM)

ITCM merupakan metode survei yang lebih terperinci terhadap para pengunjung rekreasi.

Fungsi permintaan ITCM adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

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

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

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

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

S_{ij} = Karakteristik objek wisata substitusi yang mungkin ada ditempat lain.

M_i = Pendapatan dari individu i .

Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) digunakan untuk mengukur nilai ekonomi suatu lokasi wisata berdasarkan pengeluaran pengunjung dalam perjalanan. Melalui metode ini, pola perilaku pengunjung dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi dapat dipahami. Analisis ini juga dapat memberikan wawasan tentang permintaan pariwisata, karena biaya perjalanan yang dikeluarkan mencerminkan seberapa besar minat dan keinginan pengunjung untuk berwisata ke destinasi tertentu.

3. Permintaan Pariwisata

Teori permintaan menggambarkan keterkaitan antara jumlah permintaan terhadap suatu barang atau jasa dengan tingkat harganya. Secara umum, permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang diinginkan konsumen di suatu pasar, pada harga tertentu dan dengan tingkat pendapatan tertentu. Menurut Sukirno (2008), permintaan adalah jumlah barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu, dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan tidak berubah (*ceteris paribus*). Hukum permintaan adalah apabila harga produk naik maka jumlah produk yang diminta akan turun dan sebaliknya. Secara sederhana, teori permintaan konsumen menjelaskan tentang bagaimana konsumen memutuskan untuk mengalokasikan pendapatannya terhadap berbagai barang dan jasa. Dalam konteks pariwisata, pengunjung bertindak sebagai konsumen yang

membuat keputusan berdasarkan preferensi, anggaran, serta harga dan biaya yang terkait dengan perjalanan.

Permintaan terhadap destinasi wisata akan meningkat jika destinasi tersebut menawarkan manfaat yang lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan, seperti biaya transportasi, akomodasi, dan waktu yang hilang. Dengan demikian, terdapat hubungan terbalik antara harga dan kuantitas produk yang diminta, yang menyebabkan gradien atau kemiringan dari fungsi permintaan selalu negatif. Sebagaimana dalam teori permintaan konsumen, terdapat hubungan negatif antara biaya perjalanan dengan jumlah kunjungan, yang mana semakin tinggi biaya yang harus dikeluarkan, semakin sedikit pengunjung yang bersedia melakukan kunjungan.

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Purnomo *et al.*, 2019). Fungsi permintaan terhadap suatu barang dituliskan sebagai berikut.

$$D_x = f(P_x, P_y, M, S) \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

D_x = Permintaan barang

P_x = Harga Barang itu sendiri

P_y = Harga barang lain yang memengaruhi

M = Pendapatan

S = Selera

Fungsi permintaan tersebut dapat diterapkan dalam konteks pariwisata, permintaan barang (D_x) dapat diartikan sebagai permintaan terhadap kunjungan wisata ke suatu destinasi. Harga barang (P_x) diartikan sebagai biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung, seperti tiket masuk,

transportasi, konsumsi, dan lain sebagainya. Harga barang lain (P_y) dapat diartikan sebagai biaya destinasi wisata alternatif, yang memengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih lokasi tujuan. Pendapatan (M) diartikan sebagai kemampuan ekonomi pengunjung, di mana semakin tinggi pendapatan, maka potensi untuk melakukan perjalanan wisata juga semakin besar. Sementara itu, selera (S) diartikan sebagai minat dan preferensi pengunjung terhadap jenis wisata tertentu, seperti wisata alam, budaya, atau kuliner.

Permintaan pariwisata biasanya diukur dengan total jumlah kunjungan pengunjung yang melakukan perjalanan wisata. Menurut teori ekonomi, permintaan terhadap suatu barang adalah fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut, serta harga barang-barang lainnya. Demikian juga halnya, permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh pendapatan pengunjung dan harga pariwisata (Stabler *et al.*, 2010). Saat melakukan kegiatan wisata, pengunjung perlu mengeluarkan biaya untuk mencapai tujuan rekreasi nya. Oleh karena itu, biaya perjalanan dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah beroperasi dan berkembang.

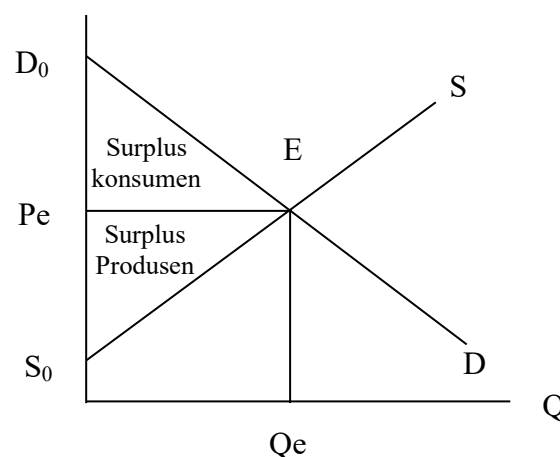
Secara sederhana, permintaan pariwisata menggambarkan keinginan dan kemampuan pengunjung untuk mengunjungi destinasi tertentu berdasarkan faktor seperti harga, kualitas layanan, dan daya tarik destinasi. Ketika pengunjung bersedia membayar lebih dari biaya yang dikeluarkan untuk menikmati pengalaman wisata, ini menciptakan surplus konsumen. Surplus konsumen dalam konteks pariwisata yaitu mengukur manfaat ekonomi yang diperoleh pengunjung karena mendapatkan nilai lebih dari apa yang dibayarkan.

4. Surplus Konsumen

Surplus konsumen adalah selisih antara apa yang bersedia dibayarkan konsumen untuk suatu barang atau jasa dan harga yang sebenarnya dibayarkan. Hal ini merupakan ukuran kepuasan atau keuntungan yang diperoleh konsumen karena membayar harga yang lebih rendah dari yang bersedia bayar. Konsep surplus ekonomi adalah menempatkan nilai moneter dari kesejahteraan masyarakat yang diperoleh dalam pemanfaatan sumber daya alam tersebut (Fauzi, 2004).

Surplus konsumen menggambarkan manfaat yang diperoleh konsumen karena dapat membeli semua unit barang yang diinginkan namun dengan tingkat harga yang lebih rendah (Mankiw *et al.*, 2014). Surplus konsumen terjadi ketika harga pasar lebih rendah dari harga maksimum yang konsumen rela bayar, sehingga pembeli mendapatkan manfaat tambahan dari pembelian tersebut. Surplus konsumen muncul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan, dan keuntungan ini berasal dari hukum utilitas marginal yang menurun.

Surplus konsumen dalam kurva disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Kurva surplus konsumen dan produsen

Sumber: Joesron dan Fathorrazi, 2012.

Gambar 2 menunjukkan diagram keseimbangan pasar yang melibatkan penawaran dan permintaan. Sumbu Q menunjukkan jumlah barang, yang dalam pendekatan metode biaya perjalanan diwakili oleh jumlah kunjungan. Sedangkan, sumbu P menunjukkan harga, yang dalam metode ini diestimasi melalui biaya perjalanan. Dengan kata lain, metode biaya perjalanan menghubungkan jumlah kunjungan ke suatu lokasi (sumbu Q) sebagai pengganti untuk kuantitas barang atau jasa yang digunakan, sementara biaya yang dikeluarkan untuk perjalanan tersebut (sumbu P) digunakan sebagai pendekatan untuk nilai harga barang atau jasa yang digunakan tersebut.

Surplus produsen ditunjukkan oleh bidang segitiga yang berada di atas kurva penawaran (*supply curve*) dan dibawah harga keseimbangan yaitu di titik P. Sementara itu, surplus konsumen adalah bidang segitiga yang berada di bawah kurva permintaan (*demand curve*) dan di atas harga keseimbangan. Surplus konsumen merupakan tolak ukur yang baik untuk menentukan manfaat ekonomi yang diperoleh konsumen dengan cara menghitung perbedaan keinginan membayar dengan jumlah yang dibayarkan. Dengan menghitung surplus konsumen, dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang total nilai ekonomi yang dihasilkan oleh suatu aktivitas, baik dari sudut pandang individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

5. Nilai Ekonomi Pariwisata

Menurut Fauzi (2006) sumber daya didefinisikan sebagai sesuatu yang dipandang memiliki nilai ekonomi. Nilai ekonomi berkaitan dengan kesediaan seseorang untuk membayar suatu barang atau layanan, yang biasanya diukur dengan mata uang. Nilai ekonomi tidak sama dengan nilai pasar, yaitu harga pasar dari barang atau jasa yang bisa lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai ekonomi yang diberikan oleh seseorang pada barang tersebut. Metode yang sering digunakan oleh para ekonom untuk

menilai seberapa tinggi nilai suatu barang ekonomi adalah dengan melihat harga yang dibayarkan seseorang untuk barang tersebut. Pembeli menghargai baik barang yang diperoleh maupun uang yang dikeluarkan sesuai dengan tujuan penggunaannya, jelas dari keputusan untuk membeli barang tersebut bahwa nilai ekonomi barang dianggap lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah uang yang dibayarkan.

Sumber daya alam tidak hanya menghasilkan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi langsung atau tidak langsung, tetapi juga menyediakan jasa lingkungan yang memberikan manfaat lain, seperti keindahan dan ketenangan. Jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam dan lingkungan memiliki manfaat besar sebagai penunjang kehidupan dan mampu mendukung serta mendorong sektor ekonomi lainnya. Jasa tersebut dapat dinilai hingga memperoleh nilai ekonomi. Secara umum, nilai ekonomi sumber daya alam dibagi ke dalam dua kelompok yakni nilai manfaat (*use values*) dan nilai non-manfaat (*non use values*) (Fauzi, 2014). Nilai manfaat sumber daya alam terdiri dari manfaat langsung (*direct use value*) misalnya kayu dari hasil hutan, dan manfaat tidak langsung (*indirect use value*) misalnya jasa lingkungan dan manfaat pilihan (*option use value*) (Fauzi, 2006).

Nilai ekonomi suatu objek wisata merupakan total nilai manfaat yang diterima oleh seluruh pengunjung, dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$NE = SK \times TK \dots\dots\dots(5)$$

Sumber: (Zulpikar dkk, 2018)

Keterangan:

NE = Nilai Ekonomi (Rp/tahun)

SK = Surplus Konsumen (Rp/tahun)

TK = Total Kunjungan per tahun (orang)

6. Dampak Pengembangan Wisata

Pengembangan objek wisata di suatu daerah tentu akan berdampak pada sosial dan ekonomi pada masyarakat sekitar. Dampak sosial ekonomi dari pengembangan pariwisata merupakan upaya untuk memajukan dan mengembangkan hal-hal yang sudah ada. Pengembangan pariwisata di suatu objek wisata harus selalu mempertimbangkan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat lokal. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata harus direncanakan dengan matang agar memberikan dampak positif tidak hanya dari segi ekonomi, tetapi juga dari segi sosial dan budaya bagi masyarakat setempat. Namun di sisi lain, pengembangan pariwisata juga dapat menyebabkan terjadinya kesenjangan ekonomi yang disebabkan oleh mulai banyaknya pihak swasta yang berinvestasi di destinasi. Sehingga masyarakat setempat hanya mendapatkan sedikit keuntungan dibanding investor luar (Haryati dan Hidayat. 2019).

Dampak ekonomi dari aktivitas pariwisata atau berbagai kegiatan ekonomi dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu manfaat langsung, tidak langsung, dan lanjutan. Manfaat langsung berasal dari pengeluaran pengunjung yang secara langsung dialokasikan untuk keperluan seperti makan di restoran, menginap di hotel, dan menggunakan transportasi lokal. Bisnis yang menerima manfaat langsung ini kemudian membutuhkan bahan baku serta tenaga kerja dari sektor lain, yang pada gilirannya menciptakan dampak tidak langsung. Selain itu, jika sektor tersebut merekrut tenaga kerja lokal, pengeluaran yang dilakukan oleh tenaga kerja ini akan memberikan dampak lanjutan di area wisata tersebut. Hal tersebut dapat mengakibatkan efek berantai yang lebih luas di dalam perekonomian lokal, di mana pendapatan tambahan yang diperoleh oleh pekerja dan penyedia barang/jasa kemudian dibelanjakan kembali di masyarakat, memperkuat perekonomian lokal secara keseluruhan.

Menurut Muljadi (2010) pengembangan wisata dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Berikut adalah beberapa dampak yang terjadi:

Dampak positif pariwisata:

- a. Memberikan pekerjaan dan penghasilan kepada masyarakat daerah setempat di lokasi pariwisata yang dikembangkan.
- b. Menghasilkan devisa bagi negara yang bersangkutan.
- c. Sebagai perangsang bagi pengembangan aktivitas-aktivitas ekonomi lainnya, misalnya pertanian, pengrajin dan lain-lain.
- d. Membantu membiayai pembangunan prasarana yang mempunyai manfaat serbaguna.
- e. Membantu membiayai pemeliharaan monumen-monumen budaya.
- f. Memberikan dorongan untuk melindungi dan menghidupkan pola-pola budaya yang tradisional. Misalnya tarian, musik, upacara adat, pakaian dan lain-lain.
- g. Memberikan dorongan untuk memperbaiki dan mempertahankan lingkungan hidup yang bersih dan menarik karena hal ini penting bagi berhasilnya pariwisata.
- h. Memberikan rangsangan untuk melindungi dan memelihara ciri-ciri khas lingkungan yang khusus misalnya pantai-pantai, taman-taman, dan lain-lain.
- i. Tukar menukar kebudayaan (internasional dan dalam negeri)
- j. Mengembangkan kemampuan teknis dan pengelolaan penduduk setempat dengan cara mempekerjakan penduduk di sektor pariwisata.

Dampak negatif pariwisata:

- a. Banyak kebocoran devisa jika bahan yang dipakai dalam pengembangan dan operasi pariwisata diimpor, fasilitas-fasilitas pariwisata dimiliki atau dikelola orang asing, dan banyak staf asing dipekerjakan dalam pariwisata.

- b. Pengembangan pariwisata dapat mengakibatkan harga-harga yang tinggi di daerah-daerah setempat dan biaya pembangunan prasarana bisa menjadi sangat tinggi.
- c. Adanya kunjungan-kunjungan ke monumen-monumen budaya dan ke tempat-tempat bersejarah dapat merusak dan hal ini bisa menyebabkan penduduk tidak dapat menikmatinya.
- d. Adanya tindakan-tindakan komersial terhadap kesenian, kerajinan tangan, arsitektur, tarian, musik, drama nasional, sehingga dapat menurunkan nilainya.
- e. Menimbulkan pencemaran lingkungan, karena terlalu banyak orang berkunjung ke obyek wisata, sehingga berdampak terhadap kerusakan sistem ekologis.
- f. Adanya larangan-larangan terhadap penduduk dalam menggunakan pantai-pantai dan tempat rekreasi, karena adanya pembangunan fasilitas-fasilitas pariwisata di tempat-tempat tersebut.
- g. Menimbulkan kurangnya kesadaran akan pentingnya menjaga budaya lokal akibat dari tindakan negatif yang berlebihan, seperti mengikuti adat istiadat, pola-pola kebudayaan dan sikap-sikap yang berbeda dan tidak sesuai dengan budaya daerah setempat.
- h. Adanya pengembangan dan perubahan yang terlalu cepat baik penduduk setempat untuk memahaminya, untuk menyesuaikan diri dan untuk ikut mengambil bagian di dalamnya.

Menurut Vanhove (2005) dampak ekonomi dinilai melalui efek pengganda (*multiplier*) dari perputaran uang yang terjadi. Dalam mengukur dampak ekonomi suatu kegiatan wisata terhadap perekonomian masyarakat lokal, terdapat dua jenis pengganda yaitu sebagai berikut.

- a) *Keynesian Local Income Multiplier* merupakan nilai yang menunjukkan berapa besar pengeluaran pengunjung berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal, dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Keynesian Income Multiplier} = \frac{D+N+U}{E} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

D = Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari E (Rp)

N = Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari E(Rp)

U = Pendapatan lokal yang diperoleh secara induced dari E (Rp)

E = Tambahan pengeluaran pengunjung (Rp)

- b) *Ratio Income Multiplier* merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar dampak langsung yang dirasakan dari pengeluaran pengunjung berdampak terhadap perekonomian lokal. Pengganda ini mengukur dampak tidak langsung dan dampak lanjutan (*indirect*). Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe I} = \frac{D+N}{D} \dots\dots\dots(7)$$

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe II} = \frac{D+N+U}{D} \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan:

D = Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari E (Rp)

N = Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari E(Rp)

U = Pendapatan lokal yang diperoleh secara induced dari E (Rp)

7. Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ketempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi (Prayogo,

2018). Pariwisata termasuk sektor bisnis yang berbasis jasa potensial dan strategis dalam pengembangan perekonomian nasional dan daerah. Saat ini, sektor pariwisata di Indonesia dianggap efektif dalam meningkatkan devisa negara.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, diantaranya yaitu :

- a) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
- d) Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
- e) Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f) Daerah tujuan pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- g) Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

- h) Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

8. Ekowisata

Ekowisata adalah sebuah bentuk aktivitas wisata yang berfokus pada konsep pelestarian lingkungan, di mana semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini harus mampu mempertahankan keberlanjutan alam serta menjaga kelestarian lingkungan di area ekowisata tersebut. Kegiatan ekowisata merupakan kegiatan wisata berbasis alam yang dikelola secara khusus dan dapat berdampak positif terhadap lingkungan (Damanik, 2006). Ekowisata secara umum didefinisikan sebagai kegiatan pariwisata yang berfokus pada pelestarian lingkungan dengan menjadikan konservasi alam sebagai prinsip utama dalam pengelolaannya. Ekowisata memiliki beberapa aspek penting yang menjadi prioritas. Pertama, aspek konservasi lingkungan, di mana tujuan utamanya adalah menjaga keanekaragaman hayati dan kelestarian alam. Kedua, aspek pemberdayaan masyarakat lokal, yang mencakup peningkatan kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat setempat. Ekowisata tidak hanya menawarkan pengalaman wisata, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap alam dan masyarakat yang terlibat.

Menurut Isdarmanto (2017), konsep ekowisata merupakan salah satu konsep pariwisata untuk mewujudkan program pariwisata berkelanjutan. Ekowisata menjadi salah satu fokus dalam pengembangan pariwisata yang bertujuan meningkatkan kemampuan masyarakat setempat dalam mengelola destinasi wisata. Selain itu, ekowisata berperan dalam meningkatkan taraf ekonomi masyarakat sekitar melalui penciptaan peluang usaha baru dan pengenalan kegiatan kreatif serta produktif yang terintegrasi dengan aktivitas wisata. Masyarakat lokal dapat terlibat aktif dalam penyediaan produk atau jasa, seperti pengelolaan *homestay*, pembuatan kerajinan tangan, atau pengembangan kuliner khas daerah,

sehingga memberikan dampak langsung pada peningkatan pendapatan. Melalui ekowisata, tidak hanya kelestarian alam yang terjaga, tetapi juga tercipta keseimbangan antara pelestarian budaya, peningkatan ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan.

B. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan valuasi ekonomi objek wisata Way Tebing Cepa dan dampak terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar di Kalianda Kabupaten Lampung Selatan antara lain: Valuasi ekonomi dan dampak wisata alam Bukit Sakura terhadap perekonomian masyarakat yang ditulis oleh Indriastuti, Prasmatiwi, Endaryanto (2022). Valuasi ekonomi kawasan wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat yang ditulis oleh Arifa, Abidin, Marlina (2019). Nilai Ekonomi objek wisata berbasis jasa edukasi pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor yang ditulis oleh Mahardika, Arifin, Nugraha (2019). Valuasi ekonomi *Youth Camp* di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rahman (TAHURA WAR) yang ditulis oleh Shafika, Arifin, Endaryanto (2020). Valuasi ekonomi dengan metode *travel cost* pada wisata taman keanekaragaman hayati Kabupaten Mesuji yang ditulis oleh Novita, Abidin, Kasymir (2022). Valuasi ekonomi dan dampak wisata Pantai Tanjung Pasir terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar di Kabupaten Tangerang yang ditulis oleh Futakhah, Prasmatiwi, Marlina (2023). Valuasi ekonomi wisata Pulau Rupat Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau dengan metode *travel cost method* yang ditulis oleh Warningsih, Kusai, Bathara, Deviasari, Manalu, dan Syahzanani (2021). Valuasi ekonomi wisata Pantai Sawarna dengan menggunakan *travel cost method* yang ditulis oleh Hardiyanti, Subari (2020). Valuasi ekonomi wisata memancing di perairan laut sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: pendekatan *contingent valuation method* dan *travel cost method* yang ditulis oleh Setyawan, Fachruddin, Susanto (2020)

Tabel 2 menyajikan 10 penelitian terdahulu yang relevan dengan studi yang akan dilakukan oleh penulis, yang berfokus pada valuasi ekonomi objek wisata serta dampaknya terhadap perekonomian masyarakat di sekitarnya. Hasil-hasil dari penelitian sebelumnya ini dapat digunakan sebagai referensi atau pembandingan untuk hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis. Informasi yang disajikan meliputi judul penelitian, nama peneliti, tahun pelaksanaan, tujuan penelitian, metode analisis yang digunakan, serta hasil yang diperoleh. Dengan melihat penelitian-penelitian tersebut, penulis dapat memperoleh wawasan tambahan untuk menginterpretasikan hasil penelitian yang sedang dilaksanakan.

Tabel 2. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1	Valuasi Ekonomi dan Dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. (Indriastuti, Prasmatiwi, dan Endaryanto, 2022).	1. Menganalisis nilai ekonomi. 2. Menganalisis dampak ekonomi terhadap masyarakat sekitar.	1. Metode biaya perjalanan. 2. <i>Keynessian Local Income Multiplier</i> dan <i>Ratio Income Multiplier</i> .	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp13.111.054.71 8,63 per tahun. 2. Nilai <i>Keynesian Local Income Multiplier</i> sebesar 0,45, nilai <i>Ratio Income Multiplier</i> Tipe 1 dan II sebesar 2,68 5,18.
2	Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat (Arifa, Abidin, dan Marlina, 2019)	1. Menganalisis valuasi ekonomi. 2. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan Pulau Pisang.	1. Metode biaya perjalanan.	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp80.503.202.90 0.000 per tahun. 2. Faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan diantaranya yaitu jarak, umur, dan biaya perjalanan.

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
3	Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor (Mahardika, Arifin, dan Nugraha, 2019).	1. Menganalisis nilai ekonomi. 2. Menganalisis faktor-faktor frekuensi kunjungan wisatawan.	1. Metode biaya perjalanan.	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp11.101.412.264,62 per tahun. 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan yaitu biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jarak.
4	Valuasi Ekonomi <i>Youth Camp</i> Di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rahman (TAHURA WAR) (Shafika, Arifin, dan Endaryanto, 2020).	1. Menganalisis dampak ekonomi di sekitar objek wisata Youth Camp TAHURA	1. Metode Multiplier Effect atau efek pengganda	1. Dampak langsung sebesar Rp9.506.000,00 per bulan, dampak tidak langsung sebesar Rp16.123.636,36 per bulan, dan dampak lanjutan sebesar Rp10.791.312,53 per bulan.
5	Valuasi Ekonomi Dengan Metode <i>Travel Cost</i> Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji (Novita, Abidin, dan Kasymir, 2022).	1. Menganalisis valuasi ekonomi.	1. Metode biaya perjalanan	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp993.850.777.736 per tahun.

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
6	Valuasi Ekonomi dan Dampak Wisata Pantai Tanjung Pasir Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar di Kabupaten Tangerang (Futakhah, Prasmatiwi, dan Marlina, 2023).	1. Menganalisis nilai ekonomi. 2. Menganalisis dampak terhadap sosial ekonomi	1. Metode biaya perjalanan 2. Metode <i>Ratio Income Multiplier</i> .	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp44.801.325.052 per tahun. 2. Nilai efek pengganda yaitu sebesar 0,04 <i>ratio income multiplier</i> tipe 1 dan 2 yaitu 1 dan 2,02.
7	Valuasi Ekonomi Wisata Pulau Rupat Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau dengan Metode <i>Travel Cost Method</i> (Warningsih, Kusai, Bathara, Deviasari, Manalu, dan Syahzanani, 2021).	1. Menganalisis nilai ekonomi.	1. Metode biaya perjalanan.	1. Nilai ekonomi wisata Pulau Rupat yaitu sebesar Rp1.507.554.457,51 per tahun.
8	Valuasi Ekonomi wisata Panati Sawarna dengan Menggunakan <i>Travel Cost Method</i> . (Armadinata, Pharmawati, 2019).	1. Menganalisis valuasi ekonomi.	1. Metode biaya perjalanan	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp.6.722.558.424 per tahun.

Tabel 2. Lanjutan

No	Judul/Peneliti /Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
9	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Pasir Putih Dagelan Gresik (Hardiyanti, Subari, 2020).	1. Menganalisis nilai ekonomi.	2. Metode biaya perjalanan.	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp. 63.890.893.000 per tahun.
10	Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten : Pendekatan <i>Contingent Valuation Method</i> dan <i>Travel Cost Method</i> (Setyawan, Fachruddin, dan Susanto, 2020).	1. Menganalisis nilai ekonomi.	2. Metode biaya perjalanan	1. Nilai ekonomi yaitu sebesar Rp39.120.816.00 0 per tahun.

C. Kerangka Pemikiran

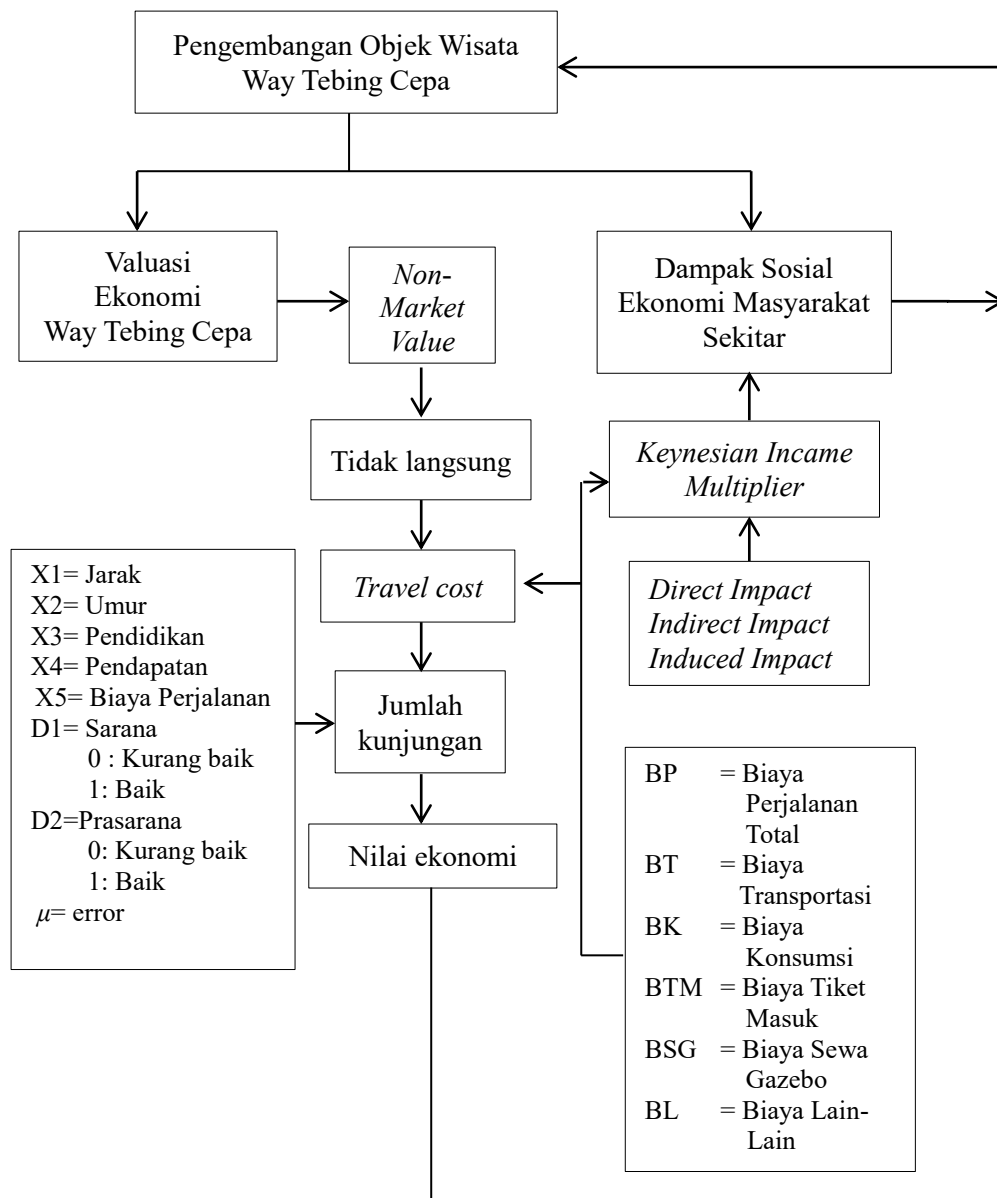
Way Tebing Ceppa adalah salah satu objek wisata alam di Kabupaten Lampung Selatan. Wisata ini dikenal sebagai salah satu yang terbaik di wilayah tersebut. Wisata Way Tebing Ceppa semakin ramai pengunjung dan semakin dikenal oleh masyarakat, baik di wilayah Lampung Selatan maupun di luar Kabupaten Lampung Selatan. Seiring berjalannya waktu, destinasi wisata ini terus berkembang, yang terlihat dari peningkatan sarana dan prasarana yang semakin lengkap, menjadikan tempat ini semakin nyaman dan menarik bagi para pengunjung.

Way Tebing Ceppa merupakan destinasi wisata yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Way Tebing Ceppa Terletak di tengah keindahan alam, wisata ini menawarkan pengalaman berendam di aliran air yang jernih dan segar, yang bersumber langsung dari pegunungan. Pengelolaan oleh Pokdarwis menjamin kelestarian lingkungan sekaligus mendukung pemberdayaan masyarakat setempat. Respon masyarakat sekitar terhadap wisata ini sangat positif, karena tidak hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga berdampak pada peningkatan ekonomi lokal. Banyak warga yang terlibat dalam pengelolaan dan memanfaatkan kesempatan untuk menawarkan berbagai dagangan, seperti makanan, minuman, hingga hasil panen kebun seperti durian.

Nilai ekonomi Way Tebing Ceppa dihitung menggunakan pendekatan biaya perjalanan *Travel Cost Method* (TCM), yaitu dengan menghitung biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung ke objek wisata Way Tebing Ceppa yang terlebih dahulu menghitung surplus konsumen per individu perkunjungan. Biaya perjalanan tersebut meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk dan biaya lain-lain. Nilai ekonomi Way Tebing Ceppa pertahunnya dapat dihitung berdasarkan jumlah kunjungan pengunjung yang datang ke objek wisata ini. Jumlah kunjungan pengunjung ke Way Tebing Ceppa dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti jarak, usia, tingkat

pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, serta ketersediaan sarana dan prasarana. Fasilitas yang ada di Way Tebing Ceppa memiliki dampak signifikan terhadap jumlah pengunjung. Fasilitas yang memadai dan nyaman diharapkan mampu menarik lebih banyak pengunjung. Sebaliknya, jika fasilitas kurang memadai, kenyamanan pengunjung akan berkurang, yang pada akhirnya dapat menurunkan minat pengunjung untuk berkunjung.

Interaksi antara pengunjung dan masyarakat lokal di suatu destinasi wisata menciptakan hubungan timbal balik yang menggerakkan aktivitas ekonomi. Masyarakat lokal menyediakan berbagai produk dan layanan yang dibutuhkan oleh pengunjung. Sebagai gantinya, pengunjung mengeluarkan uang untuk menikmati fasilitas dan layanan tersebut, yang kemudian berkontribusi pada pendapatan masyarakat setempat. Interaksi ini berkaitan dengan konsep *Multiplier Effect*, di mana pengeluaran pengunjung menghasilkan dampak ekonomi yang lebih luas. Setiap uang yang dibelanjakan oleh pengunjung akan mengalir dalam ekonomi lokal, memperkuat pendapatan warga dan mendorong terbukanya peluang usaha baru. Selain itu, pada konsep *Keynesian Income Multiplier* juga menggarisbawahi bagaimana aliran uang yang terus berputar melalui konsumsi dan investasi dapat memberikan efek ganda, meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.



Gambar 3. Bagan alir valuasi ekonomi dan dampak sosial ekonomi Way Tebing Ceppa

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah :

Diduga jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan ke wisata Way Tebing Ceppa.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menganalisis valuasi ekonomi, dan dampak wisata Way Tebing Ceppa terhadap sosial masyarakat sekitar di Kabupaten Lampung Selatan adalah studi kasus. Studi kasus bertujuan untuk memahami makna, menganalisis proses, serta memperoleh wawasan dan pemahaman yang mendalam serta menyeluruh mengenai individu, kelompok, atau situasi tertentu. Pengumpulan data dalam studi kasus dilakukan melalui wawancara, observasi, serta penelaahan dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu, pengambilan sampel secara teknis umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data umumnya menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Pendekatan kuantitatif ini diharapkan dapat menjelaskan valuasi ekonomi melalui metode biaya perjalanan (*travel cost*) serta menganalisis dampak ekonomi menggunakan metode *Keynesian income multiplier* pada wisata alam Way Tebing Ceppa.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian adalah atribut, karakteristik, atau nilai dari suatu objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan

oleh peneliti untuk diteliti dan dianalisis guna menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Konsep dasar dan definisi operasional mencakup semua pengertian dan pengukuran yang dipergunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan batasan operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Valuasi ekonomi adalah usaha untuk memberikan nilai kuantitatif pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan, baik berdasarkan nilai pasar (*market value*) maupun nilai non-pasar (*non market value*).

Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) adalah pendekatan untuk memperkirakan nilai ekosistem sumber daya rekreasi, dengan menganggap waktu dan biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung sebagai harga akses ke lokasi tersebut.

Nilai ekonomi adalah kesediaan seseorang untuk membayar suatu barang atau jasa, yang diukur dengan uang, dan mencerminkan manfaat baik itu langsung maupun tidak langsung yang diperoleh dari barang atau jasa tersebut.

Pengunjung adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke wisata Way Tebing Ceppa untuk tujuan rekreasi, liburan, atau keperluan lain dalam jangka waktu sementara.

Masyarakat adalah penduduk setempat di sekitar wisata Way Tebing Ceppa yang terlibat dalam kegiatan ekonomi, baik sebagai tenaga kerja maupun pengelola usaha.

Multiplier effect adalah Dampak berantai yang timbul dari pengeluaran pengunjung dan memberikan kontribusi positif pada perekonomian masyarakat setempat.

Tabel 2. Konsep dasar dan definisi variabel

Batasan Variabel	Definisi operasional	Satuan
1. Jumlah Kunjungan		
Jumlah kunjungan	Jumlah kunjungan yang diukur dengan satuan kali kunjungan per tahun.	Kali/orang
Jarak	Jarak yang ditempuh dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi wisata Way Tebing Ceppa	Km
Umur	Usia pengunjung yang didasarkan pada tanggal lahir pengunjung yang dilakukan pembulatan.	Tahun
Pendidikan	Pendidikan formal terakhir yang ditempuh pengunjung.	
Pendapatan	Pendapatan merupakan total keseluruhan gaji yang diterima oleh responden yang berkunjung ke wisata Way Tebing Ceppa, dinyatakan dalam satuan Rupiah (Rp).	Rp
2. Biaya Perjalanan		
Biaya perjalanan	Biaya yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mengunjungi suatu tempat. Biaya ini mencakup biaya transportasi pulang-pergi, konsumsi, dokumentasi, dan berbagai biaya lainnya.	Rp
Biaya transportasi	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk membeli bahan bakar guna mengunjungi suatu tempat wisata dalam satu kali perjalanan.	Rp
Biaya tiket masuk	Biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mendapatkan tiket masuk wisata Way Tebing Ceppa.	Rp
Biaya parkir	Biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk jasa penjagaan kendaraan selama di tempat wisata yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).	Rp
Biaya konsumsi	Biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mendapatkan makanan dan minuman selama berwisata.	Rp
Biaya toilet	Biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk membayar total sewa toilet umum selama berwisata.	Rp

Tabel 3. Lanjutan

Batasan Variabel	Definisi operasional	Satuan
3. Dampak Ekonomi		
Dampak ekonomi	Pengaruh yang dihasilkan dari aktivitas pariwisata di objek wisata Way Tebing Ceppa terhadap perekonomian wilayah tersebut, termasuk dampak yang bersifat langsung, tidak langsung, maupun lanjutan.	Rp
Dampak ekonomi langsung	Efek yang muncul secara langsung dari interaksi ekonomi antara pengunjung dan masyarakat lokal yang memiliki usaha di wisata Way Tebing Ceppa.	Rp
Dampak ekonomi tidak langsung	Efek ekonomi yang dihasilkan dari pengeluaran tenaga kerja lokal di kawasan wisata Way Tebing Ceppa.	Rp
Dampak ekonomi lanjutan	Efek yang terjadi pada sektor pendukung, yang berasal dari pengeluaran unit usaha di wisata Way Tebing Ceppa untuk melanjutkan usahanya kembali.	Rp
Tenaga kerja	Individu yang memiliki kemampuan untuk bekerja dan berkontribusi di wisata Way Tebing Ceppa.	Orang

Tabel 3. Konsep dasar dan definisi variabel sarana dan prasarana

Batasan Variabel	Kategori Penilaian	Deskripsi	Skor
Sarana			
1. Toilet	Sangat baik	Kondisi toilet bersih, lengkap, dan berfungsi dengan baik, memberikan kenyamanan dan keamanan.	3
	Cukup baik	Toilet masih bisa digunakan dan cukup bersih, namun ada kekurangan kecil.	2
	Kurang baik	Toilet kotor, rusak, atau tidak layak pakai sehingga mengganggu kenyamanan pengunjung.	1
2. Mushola	Sangat baik	Mushola bersih, terawat, dan lengkap dengan perlengkapan ibadah.	3
	Cukup baik	Mushola cukup layak, namun fasilitas pendukung kurang lengkap.	2
	Kurang baik	Mushola tidak terawat, sempit, atau tidak memadai untuk beribadah dengan nyaman.	1

Tabel 4. Lanjutan

Batasan Variabel	Kategori Penilaian	Deskripsi	Skor
3. Gazebo	Sangat baik	Gazebo kokoh, bersih, dan nyaman digunakan untuk beristirahat.	3
	Cukup baik	Gazebo masih dapat digunakan meskipun ada kerusakan ringan.	2
	Kurang baik	Gazebo rusak atau tidak aman, sehingga mengurangi kenyamanan pengunjung.	1
Prasarana			
1. Akses jalan	Sangat baik	Jalan menuju lokasi wisata dalam kondisi baik, aman dilalui kendaraan, dan mudah diakses.	3
	Cukup baik	Jalan masih dapat dilalui, meskipun ada beberapa bagian yang rusak atau kurang nyaman.	2
	Kurang baik	Jalan rusak parah, berlubang, atau sulit dilalui sehingga mengganggu kenyamanan perjalanan.	1
2. Kebersihan wisata	Sangat baik	Area wisata bersih, bebas dari sampah, dan terawat sehingga menciptakan kenyamanan bagi pengunjung.	3
	Cukup baik	Kebersihan masih terjaga meskipun terdapat beberapa area yang kurang bersih.	2
	Kurang baik	Banyak sampah berserakan, area tidak terawat, dan menurunkan kualitas pengalaman berwisata.	1

C. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di objek wisata Way Tebing Ceppa (WTC). Lokasi tersebut berada di Desa Taman Baru Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* atau sengaja dengan mempertimbangkan bahwa Way Tebing Ceppa merupakan salah satu objek wisata alam di Kabupaten Lampung Selatan yang menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang dapat menarik pengunjung. Proses pengambilan data cenderung dilakukan pada *weekend* atau akhir pekan dan hari libur. Hal tersebut dilakukan guna tidak memilih responden yang

berasal dari daerah setempat karena dikhawatirkan memiliki potensi total TCM yang rendah jika dibandingkan dengan waktu liburan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Waktu pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Februari 2025. Jumlah kunjungan ke objek wisata Way Tebing Cepa pada tahun 2023 sebanyak 52.010 orang. Menurut Sugiyono (2017) semakin besar jumlah sampel, maka semakin mendekati populasi, sehingga peluang kesalahan generalisasi semakin kecil. Sebaliknya, semakin kecil jumlah sampel, maka semakin menjauhi populasi, sehingga semakin besar tingkat kesalahan.

Responden pada penelitian ini memiliki beberapa kriteria yaitu seseorang yang secara kebetulan dijumpai saat itu, berusia di atas 17 tahun, harus sudah bekerja dan mempunyai pendapatan, pengunjung yang hanya melakukan perjalanan wisata tunggal, jarak antara tempat tinggal pengunjung dengan lokasi wisata tidak terlalu dekat, dan jika pengunjung datang secara berkelompok, hanya satu orang dari setiap kelompok yang akan diambil sebagai sampel. Sementara itu, responden untuk dampak sosial ekonomi adalah pengelola wisata dan setiap individu yang memiliki unit usaha di wisata Way Tebing Ceppa. Pada tahun 2023, total kunjungan ke Way Tebing Cepa sebanyak 52.010 orang, dengan jumlah unit usaha di lokasi tersebut sebanyak 30 orang.

Penentuan ukuran sampel pengunjung pada penelitian ini menggunakan rumus yang merujuk pada rumus Isaac dan Michael (1995) yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd+Z^2S^2} \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

S² = Variasi sampel (5%=0,05)

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

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

Maka perhitungan sampel pengunjung pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd+Z^2S^2} \dots\dots\dots(10)$$

$$n = \frac{52.010 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,05}{52.010 \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot 0,05}$$

$$n = \frac{9.985,92}{130,025 + 0,192}$$

$$n = \frac{9.985,92}{130,217}$$

$$n = 76,68 \approx 77$$

Responden dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu responden untuk menganalisis valuasi ekonomi dan dampak sosial ekonomi. Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan total responden untuk valuasi ekonomi sebanyak 77 orang. Sementara itu, responden untuk dampak sosial ekonomi yaitu pihak pengelola wisata dan unit usaha yang meliputi 30 pelaku usaha makanan dan minuman, 4 penyedia jasa penitipan kendaraan, dan 2 penyedia jasa sewa ban. Dari total 36 unit usaha tersebut, dipilih 14 orang sebagai sampel responden, dengan rincian 10 orang mewakili usaha makanan dan minuman, 2 orang mewakili jasa penitipan kendaraan, 2 orang mewakili sewa ban, dan 1 orang yang mewakili pihak pengelola wisata sebagai ketua Pokdarwis di Way Tebing Ceppa. Metode pengambilan sampel untuk unit usaha dan pengelola wisata dilakukan melalui sensus, di mana responden

yang diwawancarai sesuai dengan jumlah populasi yang tersedia. Apabila elemen populasi relatif sedikit dan variabilitas setiap elemennya yang tinggi, maka sensus lebih layak dilakukan jika penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik dari setiap elemen pada suatu populasi (Ruslan, 2008).

D. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada informan asli, tanpa melalui perantara dalam proses pengumpulannya. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari pihak pengelola wisata Way Tebing Ceppa yang meliputi data kunjungan, data unit usaha, dan data tenaga kerja. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber lain, seperti Badan Pusat Statistik, internet, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Lampung, penelitian terdahulu, dan berbagai literatur yang bersumber dari buku atau jurnal yang berkaitan dan relevan dengan topik penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka, seperti data jarak dan waktu tempuh, biaya perjalanan, dan pendapatan pengunjung. Sementara itu, data kualitatif yaitu data yang digunakan untuk melengkapi data kuantitatif yang diperoleh, sehingga mempermudah analisis data.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Penilaian persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana di Way Tebing Ceppa dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode analisis deskriptif. Variabel persepsi yang akan diukur dijelaskan

melalui indikator-indikator variabel menggunakan skala Likert. Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran berupa kuesioner menghasilkan data yang akurat dan konsisten. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Tabel 4. Indikator dan skor penilaian persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana

Variabel	Indikator	Skala Penilaian		
		KB	CB	SB
Sarana	Toilet	1	2	3
	Mushola	1	2	3
	Gazebo	1	2	3
Prasarana	Akses jalan	1	2	3
	Kebersihan objek wisata	1	2	3

Kreteria penilaian :

- a) Jika rata-rata skor > 2 , maka persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana dianggap baik.
- b) Jika rata-rata skor < 2 , maka persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana dianggap kurang baik.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $> r$ tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan *valid* Ghazali (2012). Demikian pula sebaliknya, jika r hitung $< r$ tabel maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid. R tabel diketahui dengan cara melihat tabel r dengan ketentuan r sebesar 0,361.

Tabel 5. Hasil uji validitas persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana

Fasilitas	r Hitung	r Tabel	Keputusan
Sarana			
Toilet	0,760	0,361	Valid
Mushola	0,718	0,361	Valid
Gazebo	0,671	0,361	Valid
Prasarana			
Akses Jalan	0,607	0,361	Valid
Kebersihan	0,818	0,361	Valid
Wisata			

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner (Sugiyono, 2017). Menurut Ghazali (2012) Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan metode *one shot*, yaitu pengukuran yang dilakukan sekali saja, kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau dilihat korelasinya antar jawaban pertanyaan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ (Ghozali, 2012). Demikian pula sebaliknya, suatu variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$.

Tabel 6. Hasil uji reliabilitas persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana

	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar
Sarana & Prasarana	0,757	0,6

2. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan

Untuk menganalisis tujuan pertama pada penelitian ini digunakan regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan dan pengaruh antara beberapa variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen yang terdiri dari jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, sarana, dan prasarana terhadap variabel dependen yaitu jumlah kunjungan di objek wisata Way Tebing Ceppa. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini diformulasikan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6D_1 + b_7D_2 + e \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan:

Y = Jumlah kunjungan ke wisata Way Tebing Ceppa (kali)

a = Konstanta/*intersep*

b = Koefisien regresi

X₁ = Jarak (km)

X₂ = Umur (tahun)

X₃ = Pendidikan (tahun)

X₄ = Pendapatan (Rp/bulan)

X₅ = Biaya perjalanan (Rp/kunjungan)

D₁ = Sarana

0 : kurang baik

1 = baik

D₂ = Prasarana

0 : kurang baik

1 : baik

e = *error* (gangguan)

Penilaian untuk variabel dummy (sarana dan prasarana) dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dari total penilaian pengunjung di objek wisata Way Tebing Ceppa. Jika total penilaian melebihi nilai rata-rata, maka kategori penilaian diberikan sebagai 1 = Baik, sedangkan jika total penilaian berada di bawah rata-rata, kategori penilaian diberikan sebagai 0 = Kurang Baik. Penilaian sarana meliputi toilet, mushola, dan gazebo. Sementara, penilaian prasarana meliputi akses jalan dan kebersihan wisata.

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

$$\bar{Y} = \frac{Y - \bar{Y}}{\sigma} \dots \dots \dots (12)$$

Keterangan:

$\bar{Y}$ = Variabel Y setelah ditransformasi

$\bar{Y}$ = Y rata-rata

σ = Standar deviasi

Dalam analisis regresi linear berganda memerlukan uji asumsi klasik yang diuraikan sebagai berikut.

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah kondisi dimana terdapat hubungan linear antara variabel-variabel independen dalam model regresi linear berganda. Menurut Gunawan (2018) uji multikolinearitas digunakan untuk melakukan pengujian apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Menurut Gunawan (2018) untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan

Tolerance. Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi di antara variabel dalam model regresi, atau dengan kata lain, data terbebas dari gejala multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana varian antar variabel dalam setiap pengamatan tidak seragam. Akibatnya, model persamaan yang dihasilkan dari suatu penelitian terkadang mengalami masalah heteroskedastisitas. Namun, jika varian dari nilai residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya seragam, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Heteroskedastisitas memiliki dampak, salah satunya adalah estimasi OLS menjadi tidak lagi efisien. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas pada model persamaan, dapat dilakukan dengan uji *white*. Uji *white* dilakukan dengan cara meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel independen, kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel independen. Apabila nilai *Chi-Square* $> 0,05$ maka model tersebut tidak terkena masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

Uji hipotesis terhadap dugaan dalam penelitian yang dilakukan di objek wisata Way Tebing Ceppa dilakukan dengan menggunakan.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya (Gunawan, 2018). Apabila nilai R^2 kecil, artinya kemampuan variabel independen (jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana) dalam

menjelaskan variabel dependen (jumlah kunjungan) sangat terbatas. Sementara itu, jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2012).

b. Uji Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = 0$

Diduga variabel bebas yang meliputi jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana, secara bersama-sama atau simultan tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan di wisata Way Tebing Cepa.

2) $H_a : \text{paling tidak satu dari } \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7 \neq 0$

Diduga variabel bebas yang meliputi jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana, secara bersama-sama atau simultan berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan di wisata Way Tebing Cepa.

Menurut Ghozali (2012) dasar pengambilan keputusan untuk uji hipotesis ini yaitu dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi sebagai berikut.

- a) Jika probabilitas signifikansi $>0,1$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b) Jika probabilitas signifikansi $<0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual, dengan tujuan untuk menilai apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara terpisah, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.

1) $H_0 : \beta_i = 0$

Diduga variabel bebas yang meliputi jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana, secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan di wisata Way Tebing Cepa.

2) $H_1 : \beta_i \neq 0$

Diduga variabel bebas yang meliputi jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana, secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan di wisata Way Tebing Cepa.

Menurut Gunawan (2018) dasar pengambilan keputusan pada uji hipotesis ini yaitu sebagai berikut.

- a) H_0 diterima jika nilai $\text{sig} > \alpha$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.
- b) H_0 ditolak jika nilai $\text{sig} < \alpha$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

3. Analisis Nilai Ekonomi

Untuk menganalisis tujuan kedua pada penelitian ini digunakan metode deskriptif kuantitatif dengan alat analisis biaya perjalanan (*travel cost method*) dengan menghitung nilai surplus konsumen per individu per tahun. Menurut Fauzi (2014) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SK = \frac{V^2}{2\beta TC} \dots\dots\dots(13)$$

Keterangan:

SK = Surplus konsumen/individu/kunjungan

2BTC = Koefisien biaya perjalanan

V = Jumlah kunjungan

Koefisien biaya perjalanan adalah nilai koefisien yang diperoleh dari fungsi permintaan yang dianalisis melalui regresi linear berganda. Nilai ekonomi wisata Way Tebing Cepa merupakan total nilai manfaat yang diterima oleh seluruh pengunjung sehingga estimasi nilai wisata Way Tebing Cepa dihitung menggunakan rumus berikut.

$$NE = SK \times TK \dots\dots\dots(14)$$

Sumber: (Zulpikar dkk, 2018)

Keterangan:

NE = Nilai Ekonomi (Rp/tahun)

SK = Surplus Konsumen (Rp/tahun)

TK = Total Kunjungan per tahun (orang)

4. Analisis Dampak Sosial Ekonomi

Untuk menganalisis tujuan keempat, digunakan metode deskriptif kuantitatif dengan alat analisis *keynesian local income multiplier* dan

ratio income multiplier. Alat analisis ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengeluaran pengunjung, dan aliran sejumlah uang yang akan memberikan dampak langsung, dampak tidak langsung, dan dampak lanjutan bagi perekonomian lokal.

Menurut Vanhove (2005) dampak ekonomi dinilai melalui efek pengganda (*multiplier*) dari perputaran uang yang terjadi. Dalam mengukur dampak ekonomi suatu kegiatan wisata terhadap perekonomian masyarakat lokal, terdapat dua jenis pengganda yaitu sebagai berikut.

- a.) *Keynesian Local Income Multiplier* merupakan nilai yang menunjukkan berapa besar pengeluaran pengunjung berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal, dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Keynesian Income Multiplier} = \frac{D+N+U}{E} \dots\dots\dots(15)$$

Keterangan:

D = Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari E (Rp)

N = Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari E(Rp)

U = Pendapatan lokal yang diperoleh secara lanjutan dari E (Rp)

E = Tambahan pengeluaran pengunjung (Rp)

- b.) *Ratio Income Multiplier* merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar dampak langsung yang dirasakan dari pengeluaran pengunjung berdampak terhadap perekonomian lokal. Pengganda ini mengukur dampak tidak langsung dan dampak lanjutan (*indirect*).

Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe I} = \frac{D+N}{D} \dots\dots\dots(16)$$

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe II} = \frac{D+N+U}{D} \dots\dots\dots(17)$$

Keterangan:

D = Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari E (Rp)

N = Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari E(Rp)

U = Pendapatan lokal yang diperoleh secara induced dari E (Rp)

Nilai *Keynesian Multiplier* memiliki beberapa kriteria, yaitu sebagai berikut.

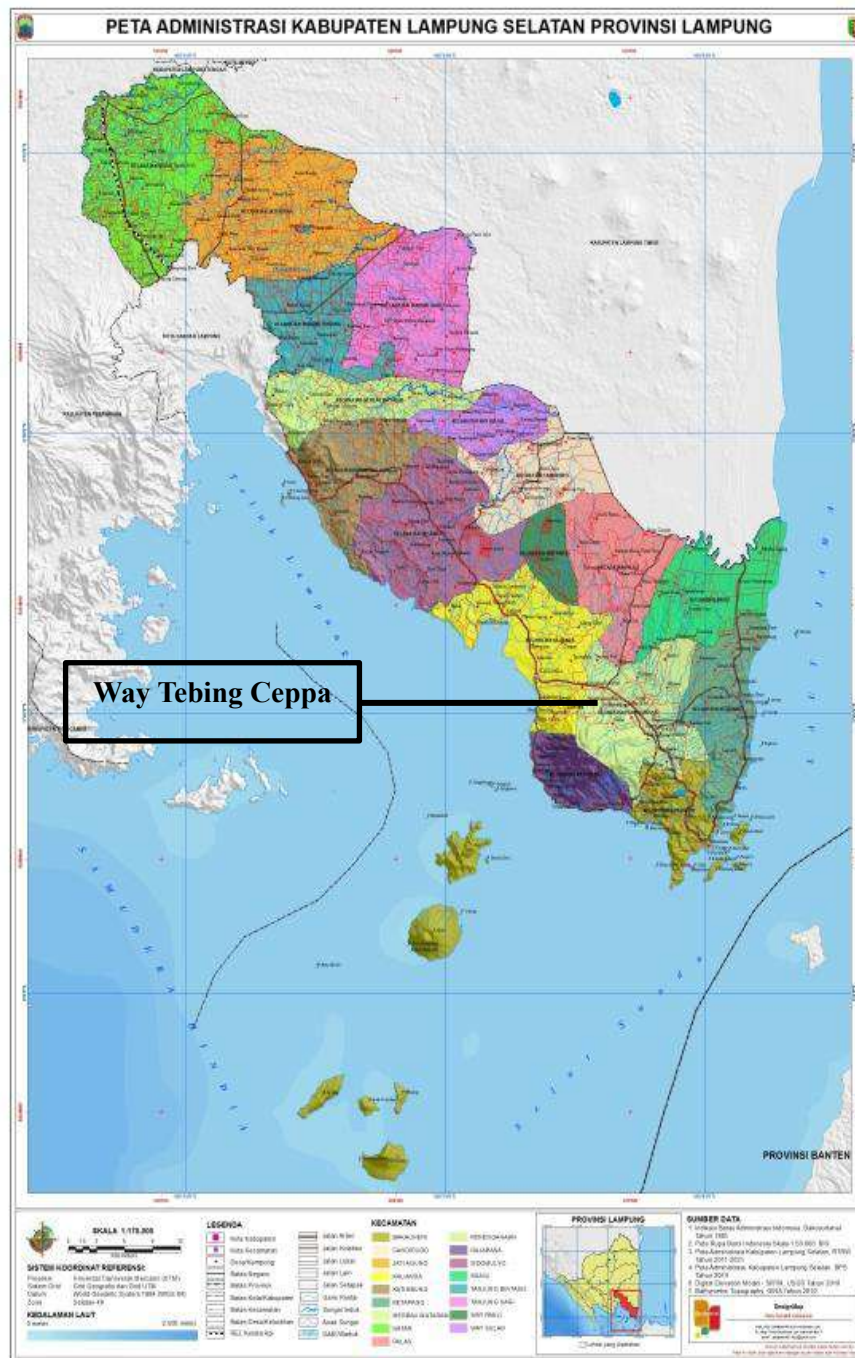
- a. Apabila nilai tersebut kurang dari satu atau sama dengan nol (≤ 0), maka lokasi wisata tersebut belum mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan wisatanya.
- b. Apabila nilai-nilai tersebut diantara angka nol dan satu ($0 < x < 1$), maka lokasi wisata tersebut masih memiliki nilai dampak ekonomi yang rendah.
- c. Apabila nilai tersebut lebih besar atau sama dengan satu (≥ 1), maka lokasi wisata tersebut telah mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan wisatanya.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Lokasi Wisata Way Tebing Ceppa

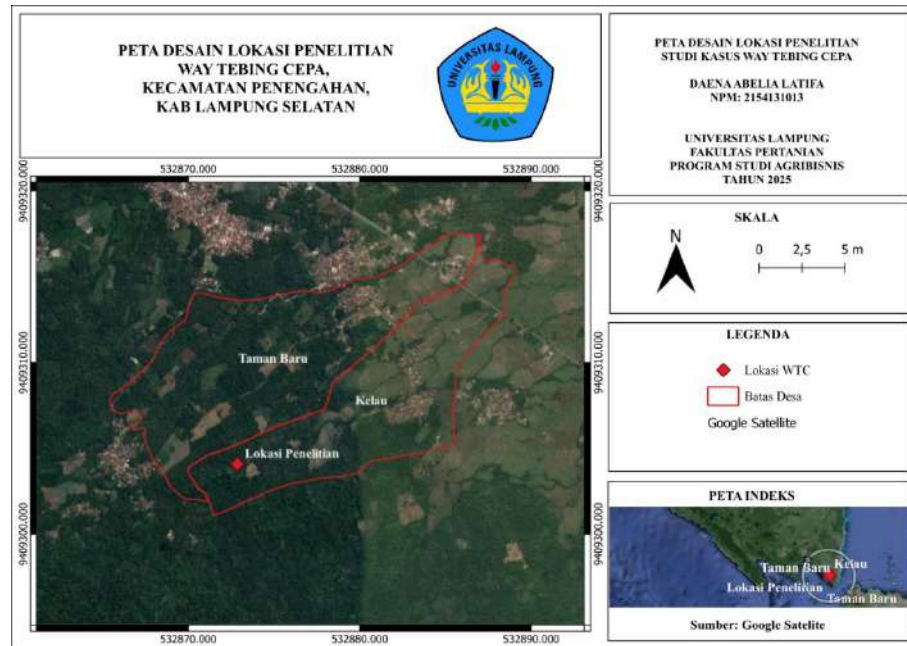
Way Tebing Ceppa merupakan salah satu objek wisata alam yang terletak di Desa Taman Baru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Objek wisata ini menyuguhkan keindahan alam yang masih asri dan alami, dengan panorama perbukitan, aliran sungai, serta udara sejuk yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Keunikan lanskap dan suasana yang tenang menjadikan Way Tebing Ceppa sebagai destinasi favorit, baik bagi pengunjung lokal maupun dari luar daerah yang ingin menikmati suasana alam yang menyegarkan. Selain itu, keberadaan objek wisata ini turut memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat setempat, khususnya dalam sektor usaha kecil dan menengah seperti kuliner dan jasa pemandu wisata.

Secara geografis, Kabupaten Lampung Selatan berada pada posisi koordinat antara 105°14' hingga 105°45' Bujur Timur dan antara 5°15' hingga 6°00' Lintang Selatan. Posisi ini menempatkan wilayah Lampung Selatan di kawasan strategis yang memiliki berbagai potensi sumber daya alam, termasuk dalam bidang pariwisata. Kondisi geografis yang beragam seperti dataran rendah, perbukitan, serta kawasan pesisir turut mendukung pengembangan destinasi wisata alam, salah satunya adalah Way Tebing Ceppa. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai letak administratif dan batas-batas wilayahnya, peta wilayah administrasi Kabupaten Lampung Selatan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Peta wilayah Kabupaten Lampung Selatan

Sumber: BAPPEDA, 2015.



Gambar 5. Peta wilayah Desa Taman Baru

Sumber: Data diolah, 2025.

Batas wilayah administrasi Kabupaten Lampung Selatan adalah:

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

Wisata Way Tebing Ceppa merupakan salah satu destinasi wisata alam yang berada di Kabupaten Lampung Selatan. Tempat ini berada di Desa Taman Baru, Kecamatan Penengahan. Pada tahun 2022, Kecamatan Penengahan terdiri dari 22 desa dalam wilayah administrasinya, termasuk Desa Taman Baru. Jumlah penduduk di kecamatan ini pada tahun yang sama mencapai 43.764 jiwa. Rincian lebih lanjut mengenai populasi penduduk Kecamatan Penengahan pada tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 7. Jumlah penduduk di Kecamatan Penengahan

Desa/Kelurahan di Kecamatan Penengahan	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
	2022	2022	2022
Tanjung Heran	914	811	1.725
Pisang	597	570	1.167
Sukabaru	1.723	1.642	3.365
Tetaan	1.054	1.013	2.067
Sukajaya	413	367	780
Penengahan	1.159	1.130	2.289
Gayam	1.015	995	2.010
Gedungharta	778	722	1.500
Way Kalam	610	584	1.194
Padan	1.164	1.122	2.286
Kampungbaru	467	423	890
Banjarmasin	1.216	1.120	2.336
Klaten	1.664	1.629	3.293
Pasuruan	2.334	2.195	4.529
Ruang Tengah	713	640	1.353
Kelau	694	656	1.350
Taman Baru	580	555	1.135
Kuripan	1.379	1.311	2.690
Rawi	1.131	1.083	2.214
Belambangan	844	830	1.674
Kekiling	1.352	1.323	2.675
Gandri	627	615	1.242
Total Penduduk	22.428	21.336	43.764

Sumber: BPS Kecamatan Penengahan Lampung Selatan, 2022.

B. Sejarah Wisata Way Tebing Ceppa

Awalnya, pemandian ini hanyalah sebuah aliran kali yang dipenuhi dengan semak belukar, dengan sumber mata air yang berlokasi tidak jauh dari tempatnya saat ini. Pada tahun 2018, sebagian masyarakat setempat berinisiatif untuk memanfaatkan aliran sungai tersebut sebagai objek wisata pemandian alami. Tahap awal pengembangan dilakukan secara swadaya oleh warga setempat. Dinding kolam pertama kali dibuat hanya menggunakan

susunan bebatuan yang disusun secara manual tanpa adanya modal besar. Meskipun masih sangat sederhana, keberadaan pemandian ini mulai menarik perhatian pengunjung. Melihat potensi yang semakin berkembang, masyarakat bersama perangkat desa mulai merancang strategi pengelolaan yang lebih terstruktur.

Sebagai upaya untuk mengelola dan mengembangkan wisata ini secara berkelanjutan, pengelolaan awal dilakukan oleh pihak desa. Namun, untuk memaksimalkan pengelolaan dan pelibatan masyarakat, kemudian desa membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Way Tebing Ceppa sebagai pelaksana operasional di lapangan. Pokdarwis berperan penting dalam mengelola fasilitas, menjaga kebersihan lingkungan, serta mengatur kegiatan wisata agar tetap berjalan dengan baik. Selain itu, Pokdarwis juga berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk tokoh adat, tokoh pemuda, serta pemerintah desa untuk memastikan pembangunan dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. Setiap tahunnya, pembangunan serta perbaikan fasilitas terus dilakukan, disesuaikan dengan besarnya pendapatan yang diperoleh dari kunjungan.

C. Struktur Organisasi Wisata Way Tebing Ceppa

Struktur organisasi dalam pengelolaan objek wisata ini melibatkan berbagai pihak dengan peran masing-masing. Tokoh adat atau tetua adat berperan sebagai penasihat, sementara kepala desa bertindak sebagai pembina. Struktur organisasi Way Tebing Ceppa diketuai oleh Bapak Junaidi, yang didampingi oleh Wakil Ketua yaitu Bapak Kusnadi. Tugas administrasi dan pencatatan (sekretaris) dikelola oleh Devi Amzah, pengelolaan keuangan (bendahara) dikelola oleh Andi Puzama, dan anggota pokdarwis yang menjalankan berbagai tugas operasional, antara lain sebagai petugas tiket, penjaga fasilitas MCK, petugas kebersihan, keamanan, serta bagian hubungan masyarakat.

Wisata Way Tebing Ceppa memiliki tenaga kerja sebanyak 21 orang, yang terdiri dari 16 orang pria dan 5 orang wanita. Seluruh tenaga kerja berasal dari masyarakat setempat yang berdomisili di Desa Taman Baru, dengan rentang usia 25 sampai 50 tahun. Tingkat pendidikan tenaga kerja di wisata Way Tebing Ceppa yaitu pendidikan terakhir SMP/Sederajat dan tingkat pendidikan SMA/Sederajat.

D. Sarana dan Prasarana Wisata Way Tebing Ceppa

Sarana adalah segala fasilitas yang digunakan langsung oleh pengunjung. Sedangkan, prasarana adalah infrastruktur yang mendukung kelancaran dan aksesibilitas ke destinasi wisata. Sarana dan prasarana yang terdapat di wisata Way Tebing Ceppa, antara lain yaitu masjid, toilet dan tempat bilas, gazebo, tempat parkir, jasa sewa ban, akses jalan, dan kebersihan wisata yang disediakan oleh pengelola untuk menunjang kegiatan wisata para pengunjung dalam melakukan kegiatan wisata di Way Tebing Ceppa.

1. Mushola

Mushola adalah tempat ibadah umat Islam yang biasanya berukuran lebih kecil dibandingkan masjid. Mushola digunakan untuk melaksanakan salat, mengaji, dan kegiatan keagamaan lainnya. Pihak pengelola menyediakan mushola ini sebagai fasilitas bagi pengunjung dan pelaku usaha yang beragama Islam untuk menunaikan salat. Mushola ini dilengkapi dengan mukena, sajadah, sarung, tempat wudu, dan toilet. Jam operasionalnya menyesuaikan dengan jam buka Way Tebing Ceppa, yaitu dari pukul 08.00 hingga 17.00. Mushola Way Tebing Ceppa dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Masjid Way Tebing Ceppa

2. Toilet dan tempat bilas

Toilet dan tempat bilas merupakan salah satu fasilitas penting yang wajib dimiliki oleh setiap objek wisata guna memberikan kenyamanan pengunjung. Way Tebing Ceppa memiliki satu bangunan toilet yang dilengkapi dengan lima pintu untuk wanita dan lima pintu untuk pria. Pengunjung dikenakan biaya sebesar Rp2.000 untuk menggunakan toilet ini. Toilet dan tempat bilas pada wisata Way Tebing Ceppa dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Toilet di Way Tebing Ceppa

3. Gazebo

Gazebo merupakan fasilitas yang disediakan untuk tempat bersantai dan beristirahat bagi pengunjung. Gazebo ini umumnya digunakan oleh pengunjung yang datang bersama keluarga atau rombongan. Saat ini, belum ada biaya yang ditetapkan untuk menyewa gazebo ini. Sarana gazebo pada wisata Way Tebing Ceppa dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Gazebo di Way Tebing Ceppa

4. Tempat parkir

Tempat parkir merupakan salah satu fasilitas penting yang disediakan oleh pihak pengelola untuk kenyamanan pengunjung. Way Tebing Ceppa memiliki dua area parkir yang tunjukkan untuk kendaraan roda dua dan roda empat. Salah satu tempat parkir di Way Tebing Ceppa dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Tempat parkir di Way Tebing Ceppa

5. Jumlah Pengunjung

Jumlah pengunjung merupakan total orang yang datang untuk melakukan kegiatan wisata ke Way Tebing Ceppa dalam periode waktu tertentu. Data jumlah pengunjung Way Tebing Ceppa tahun 2021-2023 disajikan pada Tabel 9.

Tabel 8. Jumlah pengunjung Way Tebing Ceppa tahun 2021-2023

Tahun	Jumlah Pengunjung	Perkembangan (%)
2021	20.000	
2022	32.300	61,50
2023	52.010	61,00

6. Akses Jalan

Akses jalan merupakan jalur yang digunakan untuk dapat tiba di lokasi wisata Way Tebing Ceppa. Akses jalan menuju Way Tebing Ceppa dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Akses jalan Way Tebing Ceppa

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan pada wisata Way Tebing Ceppa adalah umur (X_2) dan biaya perjalanan (X_5).
2. Nilai ekonomi wisata alam Way Tebing Ceppa dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan adalah sebesar Rp10.804.486.018 per tahun.
3. Nilai *keynesian multiplier effect* adalah sebesar 0,10 , sedangkan nilai *ratio income multiplier* tipe I adalah sebesar 1,23 dan nilai *ratio income multiplier* tipe II adalah sebesar 1,42. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi wisata Way Tebing Ceppa masih memiliki dampak ekonomi yang rendah, karena nilai *keynesian income multiplier* yang diperoleh diantara nol dan satu ($0 < x < 1$) atau ($0 < 0,10 < 1$).

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada wisata Way Tebing Ceppa, Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan antara lain.

1. Bagi pihak pengelola, diharapkan dapat memperbaiki fasilitas yang rusak dan menambah jumlah gazebo serta toilet. Selain itu, promosi di media

sosial juga perlu ditingkatkan melalui penambahan spot foto menarik yang dapat mendorong pengunjung membagikan pengalaman wisatanya.

2. Bagi pemerintah diharapkan turut serta dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas infrastruktur, seperti akses jalan, dan rambu wisata. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan bantuan pelatihan kepada masyarakat lokal khususnya pelaku usaha di Way Tebing Ceppa dalam hal pelayanan wisata, pembuatan produk lokal, dan pengelolaan UMKM guna meningkatkan dampak ekonomi langsung maupun tidak langsung.
3. Bagi peneliti lain diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pengembangan wisata dan kepuasan pengunjung guna meningkatkan potensi dan jumlah kunjungan wisata di wisata Way Tebing Ceppa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, L. 2006. *Pengantar Penilaian Ekonomi Sumber daya Pesisir dan Laut*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ananto, O. (2018). Persepsi Pengunjung Pada Objek Wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 5(1), 1–11.
[06 Agustus 2024]
- Armadinata, R., & Pharmawati, K. 2019. Valuasi Nilai Ekonomi Wisata Pantai Sawarna Dengan Menggunakan Travel Cost Method. *Journal of Community Based Environmental Engineering and Management*, 3(2), 49.
<https://doi.org/10.23969/jcbeem.v3i2.1835>
[06 Agustus 2024]
- Arifa, E., Abidin. Z., & Marlina, L. 2019. Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 7(4), 568-574. [07 Agustus 2024]
- Aritonang, R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Badan Perencana Pembangunan Daerah. 2015. *Peta Administrasi Kabupaten Lampung Selatan*. Badan Perencana Pembangunan Daerah Kabupaten Lampung Selatan. Lampung Selatan.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2021. *Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/>.
- Budi, S.T., Fahrudin, A., & Adi, S. H. 2020. Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan Contingent Valuation Method dan Travel Cost Method. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(3), 172–185.
<https://doi.org/10.29244/jp2wd.2020.4.3.172-185>
[06 Agustus 2024]
- Cooper, C. 2005. *Tourism Principle and Practice*, 3rd ed. Prentice Hall, Newyork.
- Damanik, J., & Weber, H. F. 2006. *Perencanaan Ekowisata: PUSPAR UGM*. Yogyakarta.

- Emelya, A. 2018. *Pengaruh Pengelolaan Objek Wisata Dakwah Okura Terhadap Pendapatan Masyarakat Kelurahan Tebing Tinggi Okura Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.
- Ermayanti, F. 2012. *Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Ndayu Park dengan Metode Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi*. (Skripsi). Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Fathorrazi & Jaesron. 2012. *Teori Ekonomi Makro*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Fauzi, A. 2010. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fitri, K. 2017. Valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan. Batusangkar International Conference. 3(4) : 141-150.
<https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/view/774>. [20 Agustus 2024]
- Futakhah, S., Prasmatiwi, F. E., & Marlina, L. 2024. Valuasi Ekonomi Dan Dampak Wisata Pantai Tanjung Pasir Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar Di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.23960/jiia.v11i4.7624>
 [06 Agustus 2024]
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit . Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan,C. 2018. *Mahir Menguasai SPSS: mudah mengelola data dengan IBM SPSS statistic 25*. Yogyakarta:CV. Budi Utama.
- Hardiyanti, N., & Subari, S. 2020 Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *Agriscience*, 1(1), 124–137.
<https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7902>
 [06 Agustus 2024]
- Murti, C.H. 2019. Persepsi Wisatawan Terhadap Pengembangan Hestara Cahya Murti Sujali Batang Dolphin Center Is A Tourist Attraction That Has A Role As A Breeding Dolphins. *Bumi Indnesia*, 260.
 [13 Agustus 2024]
- Indriastuti, M., Prasmatiwi, F. E., & Endaryanto, T. 2022. Valuasi Ekonomi Dan Dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 61.
<https://doi.org/10.23960/jiia.v10i1.5668>
 [07 Agustus 2024]

- Isdarmanto. 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Wisata*. Gerbang Media Askara. Yogyakarta.
- Junaedi ,R.W.1., & Utama, R.B.G.I. 2018. *Membangun Pariwisata Dari Desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali Usaha Transformasi Ekonomi*. Deepublish. Bali.
- Kementrian Pariwisata. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dalam pasal 1
- Kotler, P. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo. Jakarta.
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. 2014. *Pengantar Ekonomi Mikro: Principles of Economics*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mahardika, D. A., Arifin, B., & Nugraha, A. 2019. Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian Di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor (Economic Value of Tourism Destination Based on Agricultural Education Services in Sentulfresh Indonesia Sukaraja Subdistrict Bogor Dis. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(4), 474–482.
[07 Agustus 2024]
- Muljadi. 2010. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Oktavianita, A. 2019. *Persepsi dan Preferensi Pengunjung Tentang Objek Wisata Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi*. Universitas Komputer Indonesia. Bandung. <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1938>
- Pagiola. S, Ritter, V.K and Bishop. J. 2004. *Millennium Ecosystem Assessment*. The International Bank for Reconstruction and Development/THE WORLD BANK. Washington, DC.
- Pendit, S.N. 2018. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.
- Prayogo, R. R. 2018. *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT. Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- Purnomo, L. I., Husnul, N. R. I., Prasetya, E. R., & Sadewa, P. 2019. *Matematika Ekonomi*. Unpam Press. Tangerang Selatan.

- Purwanto. 2013. Valuasi Ekonomi Ekowisata Dengan Model Travel Cost dan Dampaknya Terhadap Usaha Kecil Pariwisata. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 15 Nomor 1 Maret 2013 ISSN 1411-1438. Halaman 89 -102. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.1.89-102> [05 Agustus 2024]
- Santoso, S. 2006. *Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Widodo,M.S., & Sutopo.J. 2018. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1), 38–45. [06 Agustus 2024]
- Setyanto, I., & E. P. 2019. Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 72 No 1, 157-167.
- Shafika, N., Arifin, B., & Endaryanto, T. 2020. Analisis Dampak Ekonomi Kegiatan Wisata Youth Camp Di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman (Tahura War). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(4), 657. <https://doi.org/10.23960/jiia.v8i4.4711> [07 Agustus 2024]
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. 2010. *The Economics of Tourism*. Routledge. Abingdon.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Sukirno dan Sadono. 2008. *Makro Ekonomi Modern*. Penerbit PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Memuaskan Pangsa Pasar*. Kineka Cipta. Jakarta.
- Novita, S., Abidin, Z., & Kasymir, E. 2022. Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 10(2), 217-224. [06 Agustus] 2024
- Susilowati, M. I. 2019. *Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method*. (Skripsi). Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Haryati, T., & Hidayat, G.A. 2019. Konsep Wisata dari Perspektif Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Ips*, 9(2), 113–122.
<https://doi.org/10.37630/jpi.v9i2.170>
 [30 September 2024]
- Turner, R.K., Pearce, D. dan Bateman, I. 1994. *Environmental Economics and Policy*. T.J. Press Ltd. Cornwall. London.
- Vanhove, N. 2005. *The Economics of Tourism Destinations*. Elsevier Butterworth-Helneemann, Oxford University. United Kingdom.
 Wisatawan Terhadap Obyek Wisata Pantai Gandoriah.
- Warningsih, T. 2021. Valuasi Ekonomi Wisata Pulau Rupert Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau Dengan Metode Travel Cost Method. *JFMR-Journal of Fisheries and Marine Research*, 5(3), 508–513.
<https://doi.org/10.21776/ub.jfmr.2021.005.03.2>
 [07 Agustus 2024]
- Zulpikar, F., Tambunan, L. A., Utami, S. R., & Kiyat, W. El. 2018. Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method (Case Study: Untung Jawa Island, Indonesia). *Omni-Akuatika*, 14(1), 28–35.
<https://doi.org/10.20884/1.oa.2018.14.1.465>. [23 September 2024]