

**KEPUASAN PENGUNJUNG DAN VALUASI EKONOMI
DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN DI OBJEK WISATA
BUKIT BAWANG BAKUNG KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

(Skripsi)

Oleh

Zuliardo
1914131040



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2026**

ABSTRACT

VISITOR SATISFACTION AND ECONOMIC VALUATION USING THE TRAVELCOST METHOD AT BUKIT BAWANG BAKUNG TOURISM SITE, WEST LAMPUNG REGENCY

By

Zuliardo

The objectives of this study are to assess visitor satisfaction with the facility attributes provided at Bukit Bawang Bakung Tourism Site, to analyze the factors influencing the frequency of tourist visits to the Bukit Bawang Bakung area, and to method analyze the economic value of Bukit Bawang Bakung Tourism based on a travel cost analysis. This research was conducted at Bukit Bawang Bakung, located in Pekon Negeri Ratu, Batu Brak Subdistrict, West Lampung Regency, Lampung Province. Data collection conducted from May to June 2025. Respondents consisted of 76 visitors of Bukit Bawang Bakung in Batu Brak Subdistrict. The research employed a survey method. The research location was selected purposively. Data analysis methods used in this study were included the Customer Satisfaction Index (CSI) using the Importance Performance Analysis (IPA) method, multiple linear regression, and Travel Cost Method (TCM). The research results show that: (1) The Customer Satisfaction Index (CSI) value for Bukit Bawang Bakung Tourism Site indicates a positive result of 0.7905 or 79.05 percent. This value falls under the "satisfied" category, indicating a high level of satisfaction among tourists visiting the site. (2) travel cost, distance, and income were found to have a significant effect on the number of tourist visits to Bukit Bawang Bakung. (3) The total annual economic value of Bukit Bawang Bakung Tourism, based on the number of visits and individual consumer surplus per visit, is IDR 37,241,485,397.84.

Keywords: economic valuation, satisfaction, travel cost.

ABSTRAK

KEPUASAN PENGUNJUNG DAN VALUASI EKONOMI DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN DI OBJEK WISATA BUKIT BAWANG BAKUNG KABUPATEN LAMPUNG BARAT

Oleh

Zuliardo

Tujuan pada penelitian ini untuk mengkaji kepuasan pengunjung terhadap atribut fasilitas yang dikeluarkan di Wisata Bukit Bawang Bakung, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan Wisata Bukit Bawang Bakung, dan menganalisis nilai ekonomi Wisata Bukit Bawang Bakung berdasarkan analisis biaya perjalanan. Penelitian ini dilakukan di Bukit Bawang Bakung, Pekon Negeri Ratu, Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan pada Bulan Mei hingga Juni 2025. Responden adalah 76 pengunjung Bukit Bawang Bakung Kecamatan Batu Brak. Metode yang digunakan adalah metode survei. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*). Metode analisis data yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), regresi linear berganda, dan metode biaya perjalanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Wisata Bukit Bawang Bakung menunjukkan hasil yang positif dengan nilai sebesar 0,7905 atau 79,05%. Nilai ini masuk ke dalam kriteria "puas", yang mengindikasikan tingkat kepuasan yang tinggi dari para wisatawan yang berkunjung ke Wisata Bukit Bawang Bakung, (2) Faktor biaya perjalanan, jarak, dan pendapatan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Wisata Bukit Bawang Bakung, (3) Nilai ekonomi total per tahun untuk Wisata Bukit Bawang Bakung berdasarkan jumlah kunjungan dan surplus konsumen individu per kunjungan sebesar Rp37.241.485.397,84.

Kata kunci : biaya perjalanan, kepuasan, valuasi ekonomi

**KEPUASAN PENGUNJUNG DAN VALUASI EKONOMI
DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN DI OBJEK WISATA
BUKIT BAWANG BAKUNG KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

Oleh

Zuliardo

Skripsi

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

Pada

**Program Studi Agribisnis
Jurusan Agribisnis**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

: **KEPUASAN PENGUNJUNG DAN VALUASI
EKONOMI DENGAN METODE TRAVEL
COST DI OBJEK WISATA BUKIT BAWANG
BAKUNG KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

Nama Mahasiswa

: **Zuliardo**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1914131040**

Program Studi

: **Agribisnis**

Fakultas

: **Pertanian**

MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**



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



Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D.
NIP 19751224 201012 2 002

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**



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

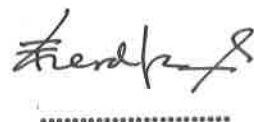
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

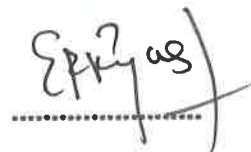
Ketua : **Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.**



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



Penguji Utama : **Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.S.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP 19641118198902 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **21 Januari 2026**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Zuliardo
NPM : 1914131040
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Alamat : Buay Nyerupa, Kec.Sukau, Kab Lampung Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Kepuasan Pengunjung Dan Valuasi Ekonomi Dengan Metode Biaya Perjalanan di Objek Wisata Bukit Bawang Bakung Kabupaten Lampung Barat” adalah benar hasil karya ilmiah penulisan saya, bukan hasil menjiplak atau karya orang lain.

Adapun bagian tertentu dalam penelitian ini saya kutip dari karya orang lain yang dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma dan etika penulisan ilmiah. Jika dikemudian hari ternyata ada hal yang melanggar dari ketentuan akademik Universitas Lampung, maka saya bersedia bertanggung jawab dan mendapatkan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, Januari 2026


The stamp is a rectangular official seal of Universitas Lampung. It features the university's logo (a bird) and the text 'UNIVERSITAS LAMPUNG' and 'METERAL TEMPEL'. A handwritten signature is written over the stamp.

Zuliardo

NPM. 19141301040

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Pekon Walur, Kecamatan Pesisir Selatan, Kabupaten Pesisir Barat pada tanggal 17 Juli 1999, sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Rudyanto dan Ibu Risnayati. Penulis menyelesaikan menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 4 Buay Nyerupa pada tahun 2012, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 1 Sukau pada tahun 2015 dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Sukau pada tahun 2018. Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP) dan memperoleh beasiswa bebas UKT tahun 2019-2023.

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (Homestay) selama 7 hari di Desa Lugusari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu pada tahun 2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukaraja Kecamatan Batu Brak Kabupaten Lampung Barat selama 40 hari pada Tahun 2022. Selanjutnya, pada Bulan Juli hingga Agustus 2022 penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT Siger Jaya Abadi Tanjung Bintang selama 30 hari kerja efektif. Selama masa perkuliahan, penulis juga aktif dalam berorganisasi seperti menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung pada bidang 3 minat dan bakat pada tahun 2019 hingga 2020. Kemudian penulis juga aktif berorganisasi di organisasi eksternal PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) Universitas Lampung.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim,

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin, Penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW, yang telah memberikan teladan di setiap kehidupan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi berjudul “Kepuasan Pengunjung dan Valuasi Ekonomi Dengan Metode Biaya Perjalanan di Objek Wisata Bukit Bukit Bawang Bakung Kecamatan Batu Brak Kabupaten Lampung Barat” telah banyak pihak yang terlibat dan membantu. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung dan atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., sebagai Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung dan atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., sebagai Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung dan atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
5. Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A. sebagai Dosen Pembimbing Pertama, atas ketulusan hati, bimbingan, arahan, motivasi, dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan serta selama proses penyelesaian skripsi.

6. Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasehat, arahan, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
7. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.S., selaku Dosen Penguji atas saran dan arahan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.
8. Dr. Ir. Yaktiwo Indriani, M.Sc., selaku Pembimbing Akademik atas saran, arahan, motivasi selama penulis menjadi mahasiswa agribisnis.
9. Teristimewa kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda tercinta Rudiyanto dan Ibunda tersayang Risnayati, yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
10. Kedua adik lelakiku Delzan Elfar dan Ananda Farino yang selalu memberikan semangat, motivasi, arahan, serta doa yang tiada hentinya kepada penulis.
11. Terspesial untuk keluarga besar Tamong Makmur (Alm) dan Datuk Rohan Effendi(Alm) yang selalu support dan selalu memberikan saran, masukan serta motivasi kepada penulis.
12. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
13. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Luki, dan Mas Boim yang telah memberikan bantuan, dukungan dan kerjasamanya selama ini.
14. Pengelola tempat Wisata Bukit Bawang Bakung atas semua bantuan, arahan, dan izin yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Sahabatku tersayang Angga Pratama, Senja Pramudia, Rafly Pahlevi, Resi Duana, Junerianza Arla, Alex Firli Firmandani, Risky Syahputra, atas bantuan dalam penyelesaian skripsi, doa, saran, semangat, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru.
16. Teman-Teman seperjuangan di kampus, Ebenezer Sinambela, Wahyu Gusri Reynaldo, Fadila Nur Safitri, Iva Mutiara Indah, Bang Rahmad, Bang Yudi,

atas bantuan, doa, saran, semangat, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.

17. Sahabat-sahabat rasa saudara, Beni Agustiawan, Stevi Ari Wibowo, Deva Adrifani Permana, Jefriadi yang telah memberikan bantuan, doa, saran, semangat, dukungan yang tiada henti, hiburan, dan kebahagiaan.
18. Teruntuk keluarga besar Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Komisariat Universitas Lampung atas bantuan, keceriaan, kebersamaan, hiburan, motivasi, semangat dan saran yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini
19. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2019, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
20. Kanda, Yunda, dan Adinda Agribisnis 2017,2018,2019,2020, 2021,2022,2023,2024 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
21. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
22. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

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

Bandar Lampung, Januari 2026
Penulis,

Zuliardo

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 9	
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Pariwisata.....	9
2. Objek Wisata.....	12
3. Wisata	13
4. Kepuasan Pengunjung	14
5. Nilai Ekonomi	18
6. Valuasi Ekonomi.....	19
7. Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)	23
8. Teori Permintaan.....	27
9. Permintaan Pariwisata	31
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pemikiran	38
D. Hipotesis.....	41
III.METODE PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian	42
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	42
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Peneltian	45
D. Jenis Data dan Pengumpulan Data	46
E. Metode Analisis	47
1. Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Atribut Wisata Bukit Bawang Bakung.....	47

2. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan.....	53
3. Analisis Nilai Ekonomi	59
IV.GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	60
A. Gambaran Umum Wisata Bukit Bawang Bakung	60
1. Sejarah Perkembangan Wisata Bukit Bawang Bakung.....	60
2. Keadaan Geografis dan Topografi	60
3. Objek Wisata Bukit Bawang Bakung.....	61
4. Aksesibilitas.....	62
3. Fasilitas dan Aktivitas Wisata.....	63
4. Tiket dan Jam Operasional	66
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	68
A. Karakteristik Responden	68
1. Umur Responden.....	68
2. Pendidikan Formal	70
3. Jumlah Tanggungan Keluarga	71
4. Pekerjaan	72
5. Jarak dan Waktu Tempuh Bukit Bawang Bakung dari Rumah	73
6. Pendapatan Pokok Perbulan	75
7. Frekuensi Kunjungan ke Bukit Bawang Bakung dalam Setahun	76
B. Kepuasan Wisatawan Terhadap Wisata Bukit Bawang Bakung	77
1. Menentukan <i>Mean Importance Score</i> (MIS) dan <i>Mean Satisfaction Score</i> (MSS)	77
2. Membuat <i>Weight Factors</i> (WF).....	78
3. Membuat <i>Weight Score</i> (WS)	79
4. Menentukan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	80
5. Pengukuran kepuasan pengunjung menggunakan metode IPA	82
1. Uji Asumsi Klasik	92
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	98
3. Uji Simultan (Uji F)	99
4. Uji Parsial (Uji t).....	100
5. Persamaan Regresi Linier Berganda	107
D. Nilai Ekonomi Objek Wisata Bukit Bawang Bakung	108
1. Biaya Perjalanan	108
2. Perhitungan Nilai Ekonomi	109
VI.KESIMPULAN DAN SARAN	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Lampung Barat dari tahun 2021-2024.	2
2. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Bawang Bakung tahun 2023	3
3. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Bawang Bakung tahun 2023	45
4. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	48
5. Hasil uji validitas dan realibilitas tingkat kinerja di Bukit Bawang Bakung.....	49
6. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepuasan pengunjung di Bukit Bawang Bakung.....	50
7. Luas daerah menurut kecamatan di Kabupaten Lampung Barat Tahun 2024	62
8. Jumlah penduduk, laju pertumbuhan penduduk, dan kepadatan penduduk menurut kecamatan di Kabupaten Lampung Barat, 2024.....	64
9. Sebaran wisatawan Bukit Bawang Bakung berdasarkan jenis kelamin dan umur	69
10. Sebaran wisatawan berdasarkan tingkat pendidikan.....	70
11. Sebaran wisatawan berdasarkan jumlah tanggungan keluarga	71
12. Sebaran wisatawan berdasarkan jenis pekerjaan	72
13. Sebaran wisatawan berdasarkan jarak tempuh dan waktu tempuh ke Bukit Bawang Bakung.....	74
14. Sebaran wisatawan berdasarkan pendapatan pokok perbulan	75

15. Sebaran wisatawan berdasarkan frekuensi kunjungan ke Bukit Bawang Bakung dalam setahun	76
16. Rekapitulasi nilai MIS dan MSS.....	77
17. Rekapitulasi nilai MIS dan WF.....	79
18. Rekapitulasi Nilai WS	80
19. Kriteria nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	81
20. Tingkat harapan dan kenyataan atribut kepuasan pengunjung Wisata Bukit Bawang Bakung	83
21. Hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov	93
22. Hasil uji multikolinieritas	95
23. Hasil uji glejser heteroskedastisitas.....	97
24. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)	98
25. Hasil uji simultan (uji F).....	99
26. Hasil uji parsial (uji t).....	100
27. Rekapitulasi data wisatawan berdasarkan rata-rata biaya perjalanan ...	108
28. Perhitungan nilai ekonomi wisata Bukit Bawang Bakung	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva surplus konsumen	19
2. Metode valuasi ekonomi non pasar.....	20
3. Kurva permintaan.....	28
4. Bagan alir penelitian valuasi ekonomi Wisata Bukit Bawang Bakung dengan pendekatan Biaya Perjalanan.....	40
5. Diagram Kartesius	52
6. Peta lokasi wisata Bukit Bawang Bakung.....	62
7. Akses menuju wisata.....	63
8. Fasilitas penyewaan kursi, meja, dan matras.....	65
9. Penyewaan tenda dan villa	66
10. Tarif destinasi wisata Bukit Bawang Bakung	67
11. Diagram kartesius IPA Wisata Bukit Bawang Bakung	84
12. Grafik histogram.....	93
13. Grafik P-Plot.....	94
14. Hasil scatterplot uji heteroskedastisitas	96
15. Hasil scatterplot uji glejser	97

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Provinsi Lampung merupakan salah satu Provinsi yang sangat kaya dengan kualitas sumber daya alam salah satunya wisata alam buatan yang sangat indah dan memukau. Berdasarkan data yang dirilis Dinas Pariwisata Provinsi Lampung tahun 2019 terdapat wisatawan yang berkunjung yaitu 4.525.127 wisatawan nusantara yang berkunjung, dan 100.469 wisatawan mancanegara. Jika melihat perkembangan dari tahun ke tahun, kunjungan wisatawan ke Lampung naik cukup signifikan. Tahun 2014, kunjungan wisatawan nusantara hanya 4,32 juta, tahun 2015 naik 5,37 juta, tahun 2016 naik jadi 7,38 juta, tahun 2017 jadi 11,39 juta, dan di tahun 2018 naik hingga 13,93 juta kunjungan. Tahun 2018 terjadi peningkatan kunjungan wisata di Lampung sebesar 17,07 persen dibanding tahun 2017 (Dinas Pariwisata provinsi Lampung, 2019).

Salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang mempunyai potensi pariwisata adalah Kabupaten Lampung Barat. Ibu Kota Kabupaten Lampung Barat terletak di Liwa, bagian dari Kecamatan Balik Bukit. Kabupaten Lampung Barat memiliki destinasi wisata alam yang indah sehingga menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Potensi wisata alam dimiliki Kabupaten Lampung Barat antara lain; Danau Suoh, Arung Jeram Way Besai, Gunung Pesagi, Taman Nasional Bukit Barisan Selatan, Bukit Bawang Bakung dan masih banyak lagi. Hal ini membuat Lampung Barat layak menjadi daerah tujuan utama pariwisata di Indonesia. Menurut Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Lampung Barat pada tahun 2024. Kabupaten Lampung Barat mengalami kenaikan jumlah pengunjung baik

domestik maupun mancanegara. Berikut data jumlah kunjungan pariwisata Kabupaten Lampung Barat dari Tahun 2021-2024 di sajikan pada Tabel 1

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Lampung Barat dari tahun 2021-2024.

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2021	880.539
2	2022	205.154
3	2023	688.790
4	2024	1.798.166

Sumber: Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Lampung Barat, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa kabupaten Lampung Barat mengalami kenaikan jumlah pengunjung baik domestik maupun mancanegara. Pada tahun 2024 terjadi kenaikan yang signifikan sebanyak 1.798.166 dibandingkan tahun sebelumnya dengan total kunjungan mencapai 688.790 orang. Kenaikan tersebut terjadi karena faktor pengelolaan yang semakin baik sehingga pengunjung dari luar daerah baik domestik maupun mancanegara datang berkunjung di objek wisata ini.

Bukit Bawang Bakung merupakan objek wisata alam yang terkenal di Kabupaten Lampung Barat. terletak di Pekon Negeri Ratu, Kecamatan Batu Brak, Lampung Barat. Tapi kawasan ini lebih dikenal dengan sebutan negeri di atas awan. Salah satu spot fotografi di Lampung Barat. Kali pertama, wilayah ini populer dengan sebutan Gerdai nama aslinya Bukit Bawang Bakung. Para pecinta fotografi yang memperkenalkan kawasan eksotis ini pada tahun 2010-2011. Hingga saat ini, lebih tenar dengan sebutan Bukit Bawang Bakung. Bukit Bawang Bakung tidak begitu jauh dari Liwa. Hanya perjalanan sekitar 20 menit dengan menggunakan mobil atau sepeda motor. selama perjalanan, pengunjung melewati perkampungan dengan hamparan sawah dan rumah panggung arsitektur khas Lampung Barat. Jalan yang berkelok-kelok sesekali memperlihatkan pemandangan kabut yang luar biasa. Disarankan pengunjung membawa jaket. Suasana dingin. Sampai di Gerdai, pengunjung akan disuguhi hamparan embun dengan latar belakang Gunung Pesagi dan Gunung Seminung. Berikut data Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Bawang Bakung tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Bawang Bakung tahun 2023

No.	Bulan	Jumlah Kunjungan (orang)
1.	Januari	7.823
2.	Februari	6.457
3.	Maret	5.001
4.	April	5.569
5.	Mei	6.147
6.	Juni	5.254
7.	Juli	6.367
8.	Agustus	5.578
9.	September	5.765
10.	Oktober	6.564
Jumlah		60.525
Rata-rata		6.052

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 2 menunjukkan kenaikan jumlah pengunjung ini terjadi karena di salah satu objek wisata di lampung barat yakni bukit bawang bakung mengalami lonjakan jumlah pengunjung yang cukup tinggi. Lonjakan ini terjadi karena panorama pemandangan *sunrise* dan kabut yang di dokumentasikan oleh pengunjung dibagikan ke media sosial kemudian wisata ini menjadi viral. Akibat hal ini banyak pengunjung yang berdatangan karena penasaran akan keindahan bukit bawang bakung ini. Mayoritas pengunjung yang datang di objek wisata ini adalah kaum millennial dari berbagai daerah.

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

Daya tarik atau *attraction* dari objek wisata Bukit Bawang Bakung yaitu Objek wisata ini menyuguhkan panorama keindahan alam berupa keindahan

pegunungan dari atas bukit yang diselimuti kabut sehingga siapapun yang berkunjung dapat merasakan seperti sedang berada di negeri atas awan. Selain itu juga ditempat ini pengunjung dapat merasakan kesejukan udara segar, wisata alam yang masih alami dan terjaga, dan pemandangan alam yang hijau yang memberikan ketenangan bagi pengunjung. Tempat ini juga banyak dijadikan para fotografer sebagai tempat spot foto dan berkemah. Objek wisata Bukit Bawang Bakung juga merupakan objek wisata yang berperan sebagai penyedia fasilitas atau amenities. Pengunjung yang ingin masuk ke objek wisata Bukit Bawang Bakung harus membayar sebesar Rp 10.000,00/orang untuk membeli tiket masuk. Objek wisata Bukit Bawang Bakung menyediakan spot foto yang dapat menunjang keindahan, kantin, mushola, toilet, dan gazebo. Adanya lembaga pariwisata atau ancilliary yang mengelola semua fasilitas dan juga mengembangkan objek wisata. Akses atau *accessibility* menuju ke objek wisata Bukit Bawang Bakung letaknya yang tidak terlalu jauh dari pusat kota. Hal inilah yang memudahkan pengunjung untuk mendatangi lokasi objek wisata ini.

Tempat wisata membuat konsumen dapat menikmati sumber daya alam dengan membayar sejumlah nilai tertentu. Keberadaan objek wisata Bukit Bawang Bakung membawa manfaat ekonomi bagi masyarakat di sekitarnya karena dapat menarik banyak pengunjung untuk datang ke daerah tersebut. Tanpa pemberian nilai dalam rupiah akan sulit untuk menyatakan bahwa kegiatan atau usaha itu layak adanya untuk dikerjakan. Inilah alasan pentingnya menilai lingkungan. Objek wisata tidak memiliki nilai pasar yang pasti. Metode valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan, termasuk kawasan wisata, dirumuskan dalam suatu metode valuasi ekonomi yaitu biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan (biaya perjalanan) ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi.

B. Rumusan Masalah

Keindahan yang ditawarkan objek wisata Bukit Bawang Bakung membuat pengunjung meningkat secara drastis pada hari libur terutama hari libur nasional. Peningkatan jumlah pengunjung baik dari domestik dan luar Lampung Barat pada hari libur nasional dapat menyebabkan beberapa permasalahan. Tingginya jumlah pengunjung pada hari libur belum di ikuti dengan pengelolaan wisata yang baik mengakibatkan jalan menuju objek wisata Bukit Bawang Bakung menjadi cepat rusak. Kontur jalan perbukitan menanjak dan rusak membuat pengunjung kesulitan dalam mengakses jalan. Jalan merupakan fasilitas pendukung yang akan memudahkan pengunjung dalam melakukan perjalanan. Pencemaran lingkungan oleh pengunjung menyebabkan masalah kebersihan di objek wisata Bukit Bawang Bakung. banyak sampah yang tak terkendali. Hal tersebut dapat membuat pengunjung merasa tidak nyaman. Selain itu juga, karena banyaknya pengunjung yang berdatangan mengakibatkan sarana dan prasarana tidak terkontrol dengan baik seperti banyak spot foto yang tidak terawat dan kotor, tempat ibadah yang kurang terjaga, toilet yang kurang terawat dan lain sebagainya. Jika salah satu dari fungsi lingkungan itu rusak dan tak terkendali seperti sampah yang berserakan, fasilitas yang kurang memadai, pengelolaan yang kurang tertata maka fungsi dan manfaat lingkungan tersebut dapat terganggu sehingga menyajikan kenyamanan yang kurang maksimal.

Di samping itu, terdapat beberapa masalah yang ditemukan, yaitu potensi wisata Bukit Bawang Bakung ini belum dikembangkan dengan maksimal, baik potensi alam, potensi budaya, maupun potensi manusia. Sumber daya alam yang ada belum dimanfaatkan dengan maksimal. Jika potensi wisata telah dikembangkan dengan totalitas, maka daya tarik pengunjung terhadap wisata akan meningkat sehingga wisata dapat memberi nilai ekonomi yang tinggi juga kepada masyarakat sekitarnya. Pertimbangan terhadap banyaknya pengunjung yang datang ke objek destinasi wisata Bukit Bawang Bakung juga dipengaruhi oleh ketersediaan sarana dan prasarana. Manfaat ekonomis yang dimiliki destinasi wisata Bukit Bawang Bakung dapat disajikan dari berbagai sudut

pandang. Khususnya yang menyangkut barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan juga bisa berbeda jika dipandang dari berbagai disiplin ilmu. Salah satu tolak ukur yang relatif mudah dan bisa dijadikan persepsi bersama berbagai disiplin ilmu menduga nilai barang dan jasa yang diinginkan (Djijono, 2002).

Nilai aset lingkungan dapat diukur dengan melekat pada preferensi individu untuk konservasi dan destinasi wisata ini. Berdasarkan preferensi dan selera yang ada, maka individu-individu akan menilai objek ke dalam berbagai *assigned value*. Untuk mendapatkan nilai ekonomis total, maka para pakar ekonomi dalam penilaiannya membedakan *user value* dan *non user value* dari objek yang dinilainya. Kunjungan yang dilakukan wisatawan ke objek destinasi Wisata Bukit Bawang Bakung tidak terlepas dari beberapa faktor penting yang akan memengaruhi keputusannya atau yang biasa disebut dengan kepuasan konsumen ketika sedang berkunjung. Kepuasan menunjukkan apa yang konsumen sukai dan yang tidak disukai. Kepuasan dan perilaku terhadap kunjungan ke objek wisata destinasi wisata Bukit Bawang Bakung merupakan hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. Kepuasan positif wisatawan dapat ditunjukkan melalui setia kepada satu tempat kunjungan objek wisata sebagai sarana refrehsing dan merekomendasikan objek wisata tersebut kepada pengunjung lain (Pitana, Gayatri, & Putu, 2005).

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka diperlukan suatu valuasi ekonomi dari wisata Bukit Bawang Bakung agar dapat meminimalisir permasalahan tersebut. Demi menjaga pentingnya lingkungan yaitu sebagai penyedia bahan baku, penyerap limbah, penyedia fasilitas dan lain sebagainya, Dengan melakukan valuasi ekonomi di wisata bukit bawang bakung, maka dapat diketahui manfaat ekonomi dari kawasan wisata ini. Nilai ekonomi wisata bukit bawang bakung berdasarkan analisis biaya perjalanan. Selain itu, perlu adanya penelitian yang menekankan faktor apa saja yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan bukit bawang bakung serta menganalisis kepuasan pengunjung terhadap atribut fasilitas yang di sediakan di Wisata Bukit Bawang Bakung, dengan adanya analisis kepuasan pengunjung maka

bisa diketahui tingkat kepentingan dan tingkat kenyataan terhadap atribut fasilitas yang disediakan. sehingga wisatawan dapat mempertimbangkan dalam berkunjung kembali ke wisata.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana kepuasan pengunjung terhadap atribut fasilitas yang dikeluarkan di wisata Bukit Bawang Bakung?
- 2) Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan wisata Bukit Bawang Bakung?
- 3) Berapakah nilai ekonomi wisata Bukit Bawang Bakung berdasarkan analisis biaya perjalanan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Menganalisis bagaimana kepuasan pengunjung terhadap atribut fasilitas yang dikeluarkan di Wisata Bukit Bawang Bakung
- 2) Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan kawasan Wisata Bukit Bawang Bakung
- 3) Menganalisis nilai ekonomi Wisata Bukit Bawang Bakung berdasarkan analisis biaya perjalanan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

- 1) Pengelola yang terkait dengan destinasi wisata Bukit Bawang Bakung
Sebagai pertimbangan pengambilan keputusan dalam melayani pengunjung, sehingga daya tarik dan pelayanan wisata Bukit Bawang Bakung terus meningkat.
- 2) Pemerintah
Sebagai pertimbangan perbaikan sarana destinasi Wisata Bukit Bawang Bakung dan untuk pengambilan kebijakan.

3) Bagi ilmu pengetahuan

Dapat digunakan sebagai referensi dan literatur bagi penelitian yang lain, serta dapat dikembangkan lebih lanjut, terutama bagi masalah penilaian nilai ekonomi sumber daya alam.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Pariwisata

Menurut *World Tourism Organization* (WTO) dalam Pitana dkk., (2005), dijelaskan bahwa pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian ke atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya. Berdasarkan Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Pasal 1 tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Hunziker dan Krapf dalam Ilyas (2009), merumuskan pariwisata sebagai sejumlah hubungan dan fenomena yang terjadi, karena adanya perjalanan dan tinggal sementara ke suatu tempat dari tempat tinggal mereka (orang asing) asalkan tujuannya tidak untuk tinggal menetap atau bekerja memperoleh penghasilan.

Menurut Wahab, Crampon, Frans, dan Rothfield (1992), pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru yang mampu menyediakan perumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Menurut Suwanto (2004), berpariwisata adalah suatu proses bepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Pariwisata diterjemahkan dalam Bahasa Inggris dengan

“*tourism*” dan pelaku perjalanan pariwisata diterjemahkan menjadi “*tourist*” dan “*excurtionist*”.

Peningkatan pengembangan pariwisata sebagai industri secara terpadu, perlu diperhatikan beberapa unsur yang menunjang dalam kegiatan industri pariwisata. Adapun yang dimaksud dengan dasa unsur atau dasa sila itu adalah meliputi politik pemerintah, perasaan ingin tahu, sifat ramah-tamah, jarak dan waktu, atraksi, akomodasi, pengangkutan, harga-harga, publisitas dan promosi, dan kesempatan berbelanja (Pendit, 2006).

Keberhasilan sektor pariwisata tidak terlepas dari beberapa unsur pendukung, agar wisatawan merasa betah, puas dan mendapat kenangan tersendiri, sehingga akan berkunjung kembali. Untuk mencapai itu semua, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2008) menyelenggarakan Program Sapta Pesona Wisata sebagai pedoman wisata Indonesia. Tujuan diselenggarakan Program Sapta Pesona wisata oleh pemerintah adalah meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab seluruh lapisan masyarakat untuk mampu bertindak dan mewujudkan Sapta Pesona dalam kehidupan sehari-hari, khususnya untuk mendukung kegiatan pariwisata di Indonesia.

Menurut Amirullah (2016), untuk mendukung kepariwisataan sekaligus meningkatkan citra pariwisata di Indonesia perlu mewujudkan suatu program yaitu Sapta Pesona sebagaimana yang telah dicanangkan oleh pemerintah sejak lama. Program Sapta Pesona yang dicanangkan oleh pemerintah terdiri atas aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan sangat diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab segenap lapisan masyarakat dalam bertindak dan mewujudkannya dalam kehidupan mereka sehari-hari, khususnya pada destinasi wisata. Penerapan Sapta Pesona pada suatu daerah tujuan pariwisata atau destinasi diharapkan mempengaruhi keinginan kunjungan wisatawan dan membuat lama tinggal, sehingga dengan adanya Program Sapta Pesona citra pariwisata dapat meningkat.

Kebijakan pemerintah dalam pelaksanaan Program Sapta Pesona sudah lama dicanangkan dan tetap menjadi harapan bagi setiap daerah tujuan wisata, agar Sapta Pesona dapat terlaksana sesuai dengan yang diharapkan. Program Sapta Pesona juga didukung oleh visi pembangunan kepariwisataan nasional sampai dengan tahun 2025 yaitu terwujudnya Indonesia sebagai destinasi pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut A Yoeti (1997) memiliki pendapat yaitu diakuinya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat bergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*).

a. Atraksi (*attraction*)

Hal ini untuk daya penarik bagi wisata tertentu apalagi yang baru saja berkembang dengan mengadakan tari-tarian, nyanyian kesenian rakyat tradisional, upacara adat, alam yang menarik dan lain-lain.

b. Aksesibilitas (*accessibility*)

Kegiatan pariwisata sangat bergantung pada transportasi dan komunikasi, karena faktor perjalanan dan waktu memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan masyarakat untuk melakukan perjalanan. Dalam hal aksesibilitas, transportasi merupakan elemen yang paling penting, yaitu frekuensi penggunaannya dan kecepatannya dapat membuat seolah-olah jarak tidak diperhitungkan, dengan kata lain membuat Anda merasa dekat. Selain lalu lintas, infrastruktur bebas hambatan juga mencakup jalan, jembatan, terminal, stasiun kereta api, dan bandara. Infrastruktur ini berfungsi untuk menghubungkan satu tempat dengan tempat lainnya. Kehadiran infrastruktur transportasi mempengaruhi transportasi itu sendiri. Kondisi infrastruktur yang baik memastikan kecepatan transportasi yang optimal.

c. Fasilitas (*amenities*)

Jasa ini tidak lepas dari akomodasi sebagai perhotelan, karena tanpa akomodasi pariwisata tidak akan pernah ada kenaikan. Jasa pariwisata merupakan hal yang mendukung terciptanya rasa nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

Sedangkan menurut Cooper, dkk (1995) dalam Ismayanti (2010), terdapat empat komponen atau produk yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata yaitu :

- a. Atraksi (*attractions*) seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan.
- b. Aksesibilitas (*accessibilities*) seperti transportasi umum dan adanya terminal.
- c. Amenitas atau fasilitas (*amenities*) seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan.
- d. *Ancillary services* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk untuk pelayanan wisatawan seperti organisasi manajemen pemasaran wisata.

2. Objek Wisata

Objek wisata adalah suatu kegiatan industri yang mencakup, baik penciptaan/pengembangan, manajemen, marketing, maupun taksonomi objek wisata (A. Yoeti, 2000). Objek wisata terdiri dari keindahan alam (*natural amenities*), iklim, pemandangan, flora dan fauna yang aneh (*uncommon vegetation and animals*), hutan (*the sylvan elements*), dan sumber kesehatan (*health center*) seperti sumber air panas belerang, dan lain-lain. Selain itu, objek wisata yang diciptakan manusia seperti kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan tradisional, khitanan dan lain-lain semuanya disebut sebagai atraksi wisata (*tourist attraction*) (Suwantoro, 2004). Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa objek wisata adalah potensi yang dimiliki oleh suatu daerah tertentu, baik berupa keindahan pemandangan, pengembangan, manajemen, maupun pemasaran, sehingga menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan.

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, dikelompokkan ke dalam objek

dan daya tarik wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Dalam penentuan objek wisata berdasarkan pada kriteria-kriteria berikut:

- a. Adanya sumberdaya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman, dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
- d. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi, karena keindahan alam pegunungan, sungai, wisata, pasir, hutan, dan sebagainya.
- f. Objek wisata budaya mempunyai daya tarik, karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa yang lampau (Suwantoro, 2004).

Ada tiga kebutuhan utama yang harus terpenuhi oleh suatu daerah untuk menjadi tujuan wisata: (a) memiliki atraksi atau objek menarik, (b) mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan, dan (c) menyediakan tempat untuk tinggal sementara (Pendit, 2006).

3. Wisata

Wisata adalah perbatasan antara daratan dan laut, sedangkan laut adalah kumpulan air dalam jumlah banyak yang membagi daratan atas benua-benua dan pulau-pulau. Wisata merupakan lokasi yang menjadi batas antara daratan dan lautan (Dahuri, 1999 dalam Fatimah, 2016). Lebih lanjut Dahuri mengatakan bentuk-bentuk wisata berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh perbedaan proses yang ada di lokasi tersebut seperti pengikisan, pengangkutan dan pengendapan yang disebabkan karena adanya gelombang, arus dan angin yang berlangsung secara terus menerus, sehingga membentuk daerah wisata.

Menurut A. Yoeti (2006) dalam Fatimah (2016), objek wisata wisata adalah elemen fisik dari wisata yang dapat dijadikan lokasi untuk melakukan kegiatan wisata, objek tersebut yaitu (a) wisata merupakan daerah transisi antara daratan dan lautan, (b) permukaan laut, terdapatnya ombak dan angin, sehingga permukaan tersebut memiliki potensi yang berguna dan bersifat rekreatif, dan (c) daratan sekitar wisata, merupakan daerah pendukung terhadap keadaan wisata, yang berfungsi sebagai tempat rekreasi dan olah raga darat yang membuat para pengunjung akan lebih lama menikmatinya.

4. Kepuasan Pengunjung

a. Prinsip kepuasan pengunjung

Prinsip utama kepuasan adalah perbandingan antara apa yang diekspektasikan atau diharapkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh pengunjung. Artinya kepuasan itu adalah perbandingan antara kinerja dan harapan, jika kinerja jasa yang dirasakan lebih tinggi dari harapan maka wisatawan akan merasa puas atau senang. Sebaliknya jika kinerja yang dirasakan lebih rendah dari harapan, wisatawan akan kecewa atau tidak puas (*discontentedness/unsatisfaction*). Jika wisatawan datang dengan harapan yang kurang, maka wisatawan akan semakin puas, sebaliknya mereka akan kecewa.

Dalam pariwisata, dinamika menawarkan pengalaman dan kepuasan yang berbeda-beda tergantung dimana tujuan wisata itu berada dan apa yang dilakukan wisatawan disana. Oleh karena itu, ukurannya adalah serangkaian komentar yang dibuat oleh wisatawan tentang semua aspek kualitas destinasi, bagaimana mereka menilai kualitas layanan destinasi, bagaimana wisatawan diperlakukan, dan bagaimana perasaan mereka tentang destinasi tersebut. Kepuasan wisatawan sepenuhnya dijelaskan oleh pemasar dan menyoroti empat aspek kunci dalam membentuk kepuasan wisatawan: (1) respon kognitif; (2) respon emosional; (3) menanggapi ekspektasi produk dan pengalaman konsumen; dan (4)

merespon biaya, ekspektasi dan respon pada setiap tahapan (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

b. Indikator kepuasan pengunjung

Menurut Hawkins dan Lonney (1997) dalam Tjiptono dan Diana (2015) indikator kepuasan pengunjung terdiri dari:

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

- a) Layanan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kemauan konsumen untuk menggunakan lagi atau melakukan penggunaan ulang terhadap layanan terkait meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata memuaskan.
- b) Berminat untuk menggunakan kembali karena terdapat nilai dan manfaat yang didapatkan setelah memakai layanan tersebut.
- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan pihak wisata memadai.

3) Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan karena pelayanan memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah menggunakan layanan jasa.
- c. Pengukuran kepuasan konsumen

Kotler (2005) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan konsumen.

 - 1) Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, website dan lain-lain.
 - 2) *Ghost shopping (Mystery shopping)*

Suatu cara untuk memperoleh bagaimana gambaran kepuasan yaitu dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing
 - 3) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.
 - 4) Survei kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*)

Sebagian cara dari riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung.

Pengukuran kepuasan konsumen pada penelitian ini menggunakan survei kepuasan. Hal ini dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen diukur melalui metode survei salah satunya dengan wawancara terkait atribut komponen pariwisata 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Anseleri). Dengan

melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya. Hasil data yang diperoleh dari wawancara selanjutnya dianalisis dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Menurut Supranto (2006), *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan sebuah metode analisis yang dalam kenyataannya digunakan sebagai pengukuran indeks kepuasan konsumen yang melihat pada keterkaitan antara suatu merek dan produk. Penggunaan CSI untuk melihat persentase kepuasan responden terhadap produk atau jasa. Dengan kata lain, metode ini menjadi gambaran bagaimana kemungkinan seseorang pelanggan mempertimbangkan untuk beralih keproduk lain yang dianggap lebih baik, dengan pertimbangan jika produk tersebut terjadi perubahan dalam hal harga pelayanan maupun atribut lain yang menyebabkan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen terhadap produk tersebut menjadi lebih besar. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

- 1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap variabel.
- 2) Membuat *Weight Factors* (WF) per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variabel.
- 3) Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut.
- 4) Membuat *Weight Score* (WS_k) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF_k dengan MSS_k.
- 5) Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan :

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

Keterangan:

P = Atribut kepentingan ke-p

HS = Skala maksimum yang digunakan

5. Nilai Ekonomi

Penilaian terhadap harga yang diberikan seseorang dapat dipersepsikan sebagai penilaian yang ditujukan pada suatu tempat dan waktu tertentu. Menurut Fauzi (2014), nilai sendiri merupakan bentuk *utility* yang diyakini dalam suatu pengukuran matrik dari sebuah keputusan seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa atau hanya berperan dalam kegiatan yang diperoleh atas kegiatan yang melalui jasa lingkungan. Nilai kegunaan merupakan salah satu indikator yang cukup sulit diukur secara sederhana, meskipun dalam kenyataannya sebagian masih dapat diturunkan dari keinginan untuk membayar barang dan jasa yang dibutuhkan. Berdasarkan hal tersebut, digunakan untuk mengukur dan menggabungkan nilai ukur yang dapat diterima dalam unit oleh semua pihak yakni nilai moneter dari suatu barang dan jasa tersebut.

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah sebagai berikut:

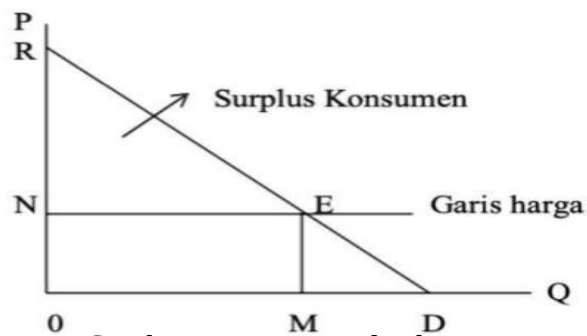
$$TEV = UV + NUV = (DUV + IUV) + (OV + EV + BV) \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

TEV	= <i>Total economic value</i> (total nilai ekonomi)
UV	= <i>Use value</i> (nilai guna)
NUV	= <i>Non use value</i> (nilai intrinsik)
DUV	= <i>Direct use value</i> (nilai guna langsung)
IUV	= <i>Indirect use value</i> (nilai guna tak langsung)
OV	= <i>Option value</i> (nilai pilihan)
EV	= <i>Existance value</i> (nilai keberadaan)
BV	= <i>Bequest value</i> (nilai warisan)

Sebuah ekosistem nilai ekonomi dapat dikategorikan sebagai nilai pasar dan non pasar. Nilai pasar dapat dikatakan sebagai nilai barang dan jasa yang diperoleh dengan cara membayar. Nilai non pasar lebih tidaksecara umum dalam penjualan dan tidak bisa diturunkan dari harga pasar itu sendiri. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan dalam penilaian nilai ekonomi dari sumber daya alam adalah bagaimana surplus yang terlihat dari sumber daya alam yang termanfaatkan secara maksimal. Untuk itu, perlu pemahaman mengenai kurva permintaan dan penawaran, sehingga konsep surplus dapat

diturunkan dengan lebih terperinci dan akurat surplus konsumen timbul, karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar dari hukum utilitas marginal yang semakin menurun.



Gambar 1. Kurva surplus konsumen
Sumber: Djijono, 2002

Keterangan

OREM = Total utilitas/ kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total nilai surplus konsumen

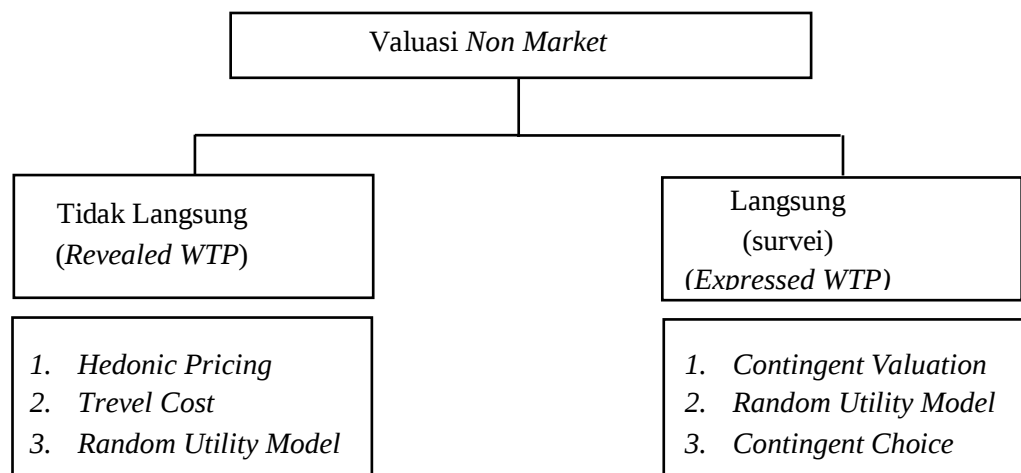
Surplus konsumen memberikan gambaran manfaat yang diperoleh, karena dapat membeli semua unit barang pada tingkatan rendah. Pada pasar yang berfungsi baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit produk yang diperdagangkan. Secara sederhana, surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak di antara kurva permintaan dan garis harga (Djijono, 2002).

6. Valuasi Ekonomi

Menurut Fitri (2016), valuasi ekonomi adalah cara menentukan nilai kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya terhadap nilai pasar baik tersedia atau tidak, sedangkan menurut Fauzi (2014) valuasi ekonomi adalah bentuk pengukuran terhadap lingkungan hidup yang melihat perbandingan preferensi masyarakat tentang baik dan buruknya lingkungan hidup tersebut. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup (2012), valuasi ekonomi merupakan konsep metode yang menetapkan nilai ekonomi melalui sisi kerusakan lingkungan maupun nilai ekonomi total dengan pendekatan harga pasar dan pendekatan harga non

pasar sebagai alat analisisnya. Pendekatan modal manusia (*human capital*), pendekatan produktivitas, pendekatan nilai hilang (*foregone earning*), dan pendekatan biaya kesempatan (*opportunity cost*) merupakan model pendekatan yang dapat dilakukan pada harga pasar. Pada pendekatan non pasar dapat digunakan metode biaya perjalanan, metode nilai hedonis (*hedonic pricing*), metode kesediaan menerima ganti rugi atau kesediaan membayar (*contingent valuation*) dan metode benefit transfer.

Nilai guna (*use value*), yaitu suatu bentuk penjabaran suatu nilai yang diperoleh dari pemakaian langsung dan berkaitan dengan sumber daya lingkungan yang sedang diteliti, sedangkan nilai guna tak langsung (*non-use value*), yaitu nilai yang tidak ada kaitan langsung dengan kemungkinan pemakaian sumber daya alam dan lingkungan. Lingkungan memiliki manfaat dan fungsi ekologis yang sering tidak terkuantifikasi dalam perhitungan nilai lingkungan secara menyeluruh seperti keindahan alam, kejernihan mata air, dan kesejukan udara. Terganggunya fungsi dan manfaat lingkungan dapat memengaruhi pemilihan metode perhitungan valuasi ekonomi. Menurut Fauzi (2014), dalam menentukan nilai ekonomi total dapat digunakan proses pendekatan non pasar (*non market*) yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Metode valuasi ekonomi non pasar
Sumber: Fauzi, 2014

Gambar 2 menerangkan bahwa pilihan metode valuasi ekonomi dapat diterapkan ke dalam perhitungan nilai ekonomi kerusakan lingkungan. Fungsi dan manfaat lingkungan yang terganggu dapat mempengaruhi pemilihan metode perhitungan valuasi ekonomi. Pendekatan harga pasar dan non pasar dapat digunakan untuk menentukan nilai ekonomi total. Valuasi ekonomi yang tidak dapat dipasarkan (*non market goods*) terbagi menjadi dua yaitu manfaat langsung dan tidak langsung. Menurut Fauzi (2014), berikut yang termasuk ke dalam kelompok manfaat tidak langsung, yaitu:

a. Biaya perjalanan

Biaya perjalanan merupakan metode yang telah banyak digunakan dalam menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka yang digunakan untuk menilai ekonomi secara tidak langsung. TCM pada prinsipnya digunakan untuk mengkaji pengeluaran biaya yang dikeluarkan individu untuk mengunjungi tempat rekreasi.

b. *Random Utility Model*

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

c. *Hedonic Pricing*

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

Menurut Susilowati (2019), metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya 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.
 - 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 membayar (*willingness to accept*).

Terdapat pula kelompok manfaat langsung adalah *Contingent Valuation Method* (CVM). CVM merupakan bentuk informasi yang tergantung dari hipotesis yang dibangun biasanya disebut dengan metode *contingent* (tergantung). CVM atau nilai keberadaan sering digunakan untuk mengukur nilai pasif (non pemanfaatan) atas sumber daya alam. Metode ini bertujuan untuk mengetahui keinginan membayar (*willingness to pay* atau WTP) dari masyarakat, dan keinginan menerima (*willingness to accept* atau WTA)

apabila terjadi ketidaknyamanan, kerusakan maupun pemeliharaan akibat perubahan sumber daya alam dan lingkungan. Kelebihan dari metode CVM, yaitu penggunaannya dalam berbagai penelitian, guna mengestimasi manfaat barang pada suatu lingkungan di sekitar masyarakat. Metode ini kebanyakan dipakai dalam konteks kebijakan lingkungan dan memiliki keunggulan untuk mengestimasi *non use value* (Fauzi, 2006).

7. Metode Biaya Perjalanan

Biaya perjalanan merupakan bagian dalam valuasi ekonomi yang berguna mengetahui analisis atas kelayakan pembangunan serta pengembangan kawasan wisata, analisis rencana perubahan land use, analisis dampak kerusakan dan berguna sebagai penerapan kebijakan dalam menentukan tiket rekreasi, agar mempengaruhi permintaan pasar. Dalam penggunaannya, metode biaya perjalanan mengaitkan proses analisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) dan prinsip utama yang dikaji ialah biaya yang dikeluarkan masing-masing individu untuk mengunjungi tempat rekreasi. Selain itu, terdapat pengorbanan atas waktu dan uang untuk mendatangi suatu tempat rekreasi, sehingga dapat dikajinya nilai (*value*) yang diberikan konsumen terhadap sumber daya alam dan lingkungan dimanfaatkan dengan mengetahui kerelaan dari konsumen atas kegiatan tersebut. Perjalanan dari pengunjung objek wisata dapat dihitung biayanya atau yang biasa dikenal dengan harga atau nilai ekonomi. Nilai ekonomi pada suatu objek wisata dapat ditentukan dengan menggunakan metode biaya perjalanan (Fauzi, 2014).

Pendekatan nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan wisata dapat meliputi biaya transportasi pulang pergi dari tempat tinggal pengunjung ke tempat rekreasi dan pengeluaran lainnya selama melakukan perjalanan wisata seperti biaya tiket masuk, fasilitas umum, dan konsumsi. Biaya perjalanan merupakan bentuk akumulasi biaya yang dikeluarkan terhadap pengunjung selama melakukan kegiatan rekreasi. Menurut Fauzi (2014), kajian yang difokuskan dalam metode biaya perjalanan ialah biaya yang

dikeluarkan setiap individu dalam mendatangi tempat rekreasi. Kemudian setelah dilakukan kajian pola expenditure melalui konsumen, dapat diteruskan dengan mengkaji beberapa nilai (*value*) yang memberikan kesempatan kepada konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan yang ada. Pada TCM sendiri dapat dipakai untuk mengestimasi manfaat atau biaya ekonomi yang dihasilkan dari beberapa hal, yaitu:

- a. Biaya akses yang diubah untuk menuju suatu lokasi wisata.
- b. Memilah lokasi wisata yang ada.
- c. Penambahan terhadap lokasi baru yang potensial.
- d. Berubahnya kualitas lingkungan pada suatu lokasi wisata.

Biaya perjalanan menurut Fauzi (2014), terdapat dua (2) tipe pendekatan yang dapat digunakan, antara lain :

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

$$V_{hj}/N_h = f(Ph_j, SOCh, SUBh.....)(3)$$

Keterangan :

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

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

$$V_{ij} = f (c_{ij} , T_{ij} , Q_{ij} , S_{ij} , M_i) \dots \dots \dots (4)$$

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} = 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

Langkah dalam melakukan kegiatan perjalanan, yaitu menentukan lokasi wisata, menentukan atau mengorbankan waktu rekreasi wisata, membentuk kerangka sampling, membuat model, merancang penelitian dan variabel yang dapat diukur, melakukan survei, menghitung biaya perjalanan dan menganalisis dengan model yang telah dirancang (Fauzi, 2014). Untuk menentukan daerah asal, biaya perjalanan dan berbagai bentuk karakteristik sosial ekonomi lainnya diperlukan survei terhadap para pengunjung.

Menurut Ekwarso, Aqualdo, dan Sutrisno (2010), dalam menghitung biaya perjalanan dapat dituliskan dalam persamaan berikut :

$$BPT = BT + BK + BTM + BS + BATV + BP + BSG \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

- BPT = Biaya perjalanan total/individu (Rp)
 BT = Biaya transportasi /individu (Rp)
 BK = Biaya konsumsi /individu (Rp)
 BTM = Biaya tiket masuk /individu (Rp)
 BS = Biaya sewa ban (Rp)
 $BATV$ = Biaya ATV (Rp)
 BSG = Biaya sewa gazebo
 BP = Biaya parkir

Menurut Fauzi (2014), tujuan dasar dari biaya perjalanan adalah untuk mengetahui nilai kegunaan dari sumber daya alam melalui *proxy*. Biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi jasa dari sumber daya alam

digunakan sebagai *proxy* untuk menentukan harga dari sumber daya alam tersebut. Langkah melakukan TCM antara lain :

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

Konsep dasar yang membuat TCM berbeda adalah waktu dan biaya dalam perjalanan yang dibelanjakan oleh masing-masing individu untuk mengunjungi suatu lokasi dapat menjadi cerminan bagi akses ke lokasi, sehingga kesediaan membayar untuk mengunjungi lokasi itu dapat diestimasi menjadi perjalanan yang akan mereka lakukan dengan beragam biaya perjalanan yang dikeluarkan. Hal ini menjadi sebuah analogi dengan estimasi kesediaan membayar (WTP) orang-orang untuk suatu barang dan jasa yang dipasarkan berdasarkan kualitas barang yang diminta pada beragam harga. Pemilihan TCM dalam sebuah penelitian didasari atas keunggulan dan dasar penerapan yang dipertimbangkan. Menurut Fauzi (2014), keunggulan dan penerapan TCM dibagi menjadi beberapa poin, yaitu:

- a. Keunggulan TCM

TCM dipilih berdasarkan dua alasan utama:

- 1) Lokasi sangat bernilai bagi orang-orang sebagai lokasi wisata yang potensial. Di lokasi ini merupakan salah satu tempat yang tidak memiliki spesies langka yang akan membuat *non use values* di lokasi ini menjadi signifikan.

- 2) Anggaran dalam merawat serta melindungi lokasi ini relatif terjangkau, sehingga TCM menjadi pertimbangan metode yang sangat menarik.

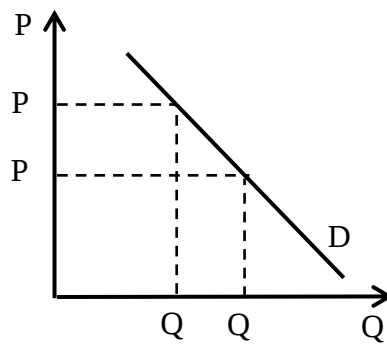
b. Pemilihan Penerapan TCM

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

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

8. Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam menganalisa permintaan perlu dibedakan antara permintaan dan jumlah barang yang diminta. Permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Jumlah barang yang diminta merupakan banyaknya permintaan pada tingkat harga tertentu. Hubungan antara jumlah permintaan dan harga ini menimbulkan adanya hukum permintaan. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak permintaan atas barang tersebut, begitupun sebaliknya. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kurva permintaan
Sumber: Rita, 2010

Untuk barang normal, pada harga yang sama bertambahnya pendapatan konsumen dan meratanya pendapatan bisa menyebabkan meningkatnya permintaan. Dengan demikian, kurva permintaan barang yang arahnya negatif ini akan bergeser ke kanan, dengan syarat *ceteris paribus*. Sebaliknya untuk barang inferior, bertambahnya pendapatan justru mengakibatkan berkurangnya permintaan. Ini berarti dengan naiknya pendapatan, kurva permintaan akan bergeser ke kiri, *ceteris paribus*. Untuk barang netral, bertambah atau berkurangnya pendapatan tidak akan mempengaruhi fungsi permintaan. Barang-barang normal, seperti kacang kedelai, pakaian, dan sebagainya, selalu mengikuti hukum permintaan yang menyatakan bahwa makin tinggi harga, makin berkurang permintaan, atau sebaliknya. Sedangkan pada barang netral, seperti garam, tinggi rendahnya harga tidak akan (sedikit sekali) mempengaruhi fluktuasi. Sebab, walaupun harga garam turun, orang tidak akan menambah konsumsi garam. Begitu juga sebaliknya bila harga garam naik, konsumen tidak bisa mengurangi kebutuhannya akan garam, kecuali bagi konsumen yang mengalami penyakit tertentu (Daniel, 2001).

Menurut Sukirno (1994), ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan, yaitu :

a. Pendapatan konsumen

Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan atas permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan sifat perubahan

permintaan yang akan berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai jenis barang dapat dibedakan menjadi dua golongan, yaitu:

- 1) Barang normal, yaitu barang yang mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu, permintaannya akan mengalami kenaikan jika pendapatan konsumen bertambah, yaitu : penambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang-barang, dan konsumen dapat menukar konsumsinya dari barang yang kurang baik mutunya ke barang-barang yang lebih baik.
- 2) Barang inferior, yaitu barang yang banyak diminta oleh masyarakat yang berpendapatan rendah. Jika pendapatan bertambah, maka permintaan barang-barang inferior berkurang. Konsumen yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantinya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya.

b. Jumlah penduduk

Pertambahan jumlah penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan bertambahnya permintaan. Akan tetapi biasanya pertambahan penduduk akan diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian, akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan, sehingga menambah daya beli masyarakat. Penambahan ini akan menambah jumlah permintaan.

c. Harga barang yang lain

Berkaitan diantara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan barang, yaitu :

- 1) Barang substitusi (pengganti), yaitu barang yang menggantikan barang lainnya, jika barang tersebut dapat menggantikan fungsinya. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti

bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

- 2) Barang komplementer (pelengkap), yaitu barang yang dikonsumsi bersama-sama atau berpasangan. Kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang dilengkapinya. Jika permintaan barang yang dilengkapi naik, maka permintaan barang pelengkap juga naik.
- 3) Barang netral (barang yang tidak berkaitan), yaitu barang yang tidak memiliki kaitan yang rapat. Perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya.

d. Selera konsumen

Semakin tinggi selera konsumen terhadap suatu barang, semakin banyak barang yang diminta. Selera konsumen dapat dinyatakan dalam indeks preferensi konsumen. Indeks ini dapat diperbaharui setiap saat dengan dasar survei mengenai tingkah laku konsumen terhadap barang yang bersangkutan.

e. Ramalan mengenai masa datang

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan di masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi di masa datang akan mendorong untuk lebih banyak membeli di masa sekarang. Hal ini dimaksudkan untuk menghemat di masa mendatang.

Salah satu faktor yang menyebabkan meningkatnya permintaan atas hasil produksi pertanian yaitu bertambahnya jumlah penduduk dan perubahan perilaku konsumen. Disamping itu, adanya kenaikan jumlah pendapatan mengakibatkan konsumen cenderung untuk meningkatkan pola konsumsinya. Faktor lain yang menentukan bertambahnya jumlah permintaan adalah harga dari komoditas pertanian tersebut serta harga barang substitusi dan harga barang komplementer.

9. Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata ditempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja. Menurut Yoeti (2000), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata, atau faktor yang akan mempengaruhi permintaan khusus terhadap suatu daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi ditentukan oleh beberapa faktor antara lain sebagai berikut:

a. Harga

Pada kebanyakan industri jasa harga biasanya menjadi masalah kedua, karena yang terpenting adalah kualitas yang harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa (Kotler, 2005). Istilah produk mencakup segala sesuatu yang dibeli atau dikonsumsi oleh orang yang disebut pengunjung atau wisatawan (Pitana dkk., 2005). Pada hakekatnya, produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali kerumah, dimana ia berangkat semula atau bisa dikatakan total biaya perjalanan.

b. Daya tarik wisata

Keputusan untuk melakukan perjalanan lebih banyak menyangkut pemilihan daerah tujuan wisata. Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah yang akan dikunjungi, dan suatu lokasi wisata harus memiliki daya tarik wisata yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke lokasi wisata tersebut.

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. Jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan sesuatu yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan dan merupakan alasan utama untuk mengunjungi objek dan daya tarik wisata. Middleton dan Jackie (2001) mengklasifikasikan atraksi dalam beberapa bagian, yaitu:

- 1) Atraksi wisata alam, meliputi bentang alam, wisata, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya.
- 2) Atraksi wisata buatan/binaan manusia, meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema dan lainnya.
- 3) Atraksi wisata budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni, teater musik, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi kegiatan khusus, festival, dan karnaval.
- 4) Atraksi wisata sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial

c. Kemudahan berkunjung

Aksesibilitas ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan, kemudahan dalam mencapai suatu tempat tujuan wisata yang akan dikunjungi dapat mempengaruhi pilihan kunjungan wisatawan. Biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan, tersedianya prasarana yang memadai akan menjadi pilihan, seperti jalan yang tidak berlubang-lubang menuju objek wisata dan tersedianya rambu lalu lintas.

d. Informasi dan layanan sebelum kunjungan

Wisatawan biasanya memerlukan *pre-travel service* di daerah tujuan wisata yang mereka kunjungi dan tersedia *tourist information service* yang dapat menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang digunakan, waktu perjalanan dan keperluan yang

dibutuhkan. Informasi mengenai pariwisata sangat berfungsi bagi seorang wisatawan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan sebagai usaha promosi kepariwisataan. Untuk memenuhi kebutuhan informasi, seorang wisatawan akan melakukan pencarian informasi. Menurut Yoeti (2000), informasi bagi wisatawan dilihat dari bentuknya terbagi menjadi dua yaitu:

- 1) Pemberian informasi secara tertulis umumnya ditulis dalam bentuk *guide book*, *brochure* dan *folders*. Berisi petunjuk perjalanan, objek-objek wisata, peta, makanan dan minuman, penduduk, keistimewaan-keistimewaan daerah tertentu dan *special event*.
- 2) Pemberian informasi secara lisan merupakan informasi yang disampaikan secara langsung secara lisan kepada wisatawan. Umumnya mereka datang ke *tourist information center* atau *tour and travel* untuk mencari informasi.

e. Citra

Wisatawan memiliki kesan dan impian tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Citra atau kesan dari daerah tujuan wisata akan mempengaruhi permintaan wisata daerah tersebut. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra destinasi ada sembilan indikator, yaitu lingkungan, wisata alam, acara dan hiburan, atraksi bersejarah/budaya, infrastruktur, aksesibilitas, relaksasi, kegiatan luar ruangan, serta harga dan nilai.

Mathieson dan Wall (1982) menerangkan bahwa permintaan terhadap pariwisata terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

- a. Permintaan efektif (*actual demand*) adalah jumlah aktual wisatawan yang sedang menikmati fasilitas pariwisata.
- b. Permintaan tertahan atau terselubung (*suppressed demand*) adalah seluruh atau sebagian masyarakat yang tidak melakukan perjalanan, karena suatu alasan tertentu yang terdiri dari:
 - 1) Permintaan potensial (*potential demand*) yaitu mereka yang ingin bepergian, tetapi tidak dilakukan karena belum mempunyai daya ingin

beli untuk itu. Jika nantinya telah memiliki daya beli maka permintaan potensial akan berubah menjadi permintaan efektif,

2) Permintaan tertunda (*deferrend demand*) yaitu mereka yang tergolong memiliki daya beli, akan tetapi karena alasan tertentu menunda perjalanannya.

c. Tidak ada permintaan (*no demand*) adalah mereka yang tidak ada minat dan tidak mau mengadakan perjalanan wisata.

Permintaan pariwisata biasanya diukur dengan jumlah total biaya dari kunjungan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata. Menurut teori ekonomi, permintaan suatu barang merupakan fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut dan barang lainnya. Demikian juga halnya, permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Stabler, Papatheodorou, dan Sinclair, 2010). Dalam melaksanakan kegiatan wisata, pengunjung memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi, sehingga biaya perjalanan dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang. Permintaan wisata selain yang disebutkan di atas juga ditentukan oleh sifat-sifat tempat tujuan, perjalanan, daya tarik objek wisata, dan efektif tidaknya kegiatan pemasaran tempat tujuan (Igunawati, 2010).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini, juga dapat menjadi upaya bagi peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini mengenai valuasi ekonomi tempat wisata dan sama-sama menggunakan metode analisis biaya perjalanan dan CSI.

1. Penelitian pertama dilakukan oleh Novita, Abidin, & Kasymir (2022), dalam penelitiannya yang berjudul “ *Valuasi Ekonomi Dengan Metode*

Biaya Perjalanan Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji“. Penelitian ini menggunakan analisis skala likert, metode biaya perjalanan, analisis regresi linier berganda, dan analisis surplus konsumen sebagai metode analisisnya. Adapun hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah pengunjung puas dengan sarana dan prasarana yang disediakan oleh Taman Kehati, biaya perjalanan sebesar Rp165.614 per individu dengan alokasi biaya konsumsi tertinggi yaitu Rp101.656,72 atau 61 persen dari total biaya perjalanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Taman Kehati antara lain umur, pendapatan, biaya perjalanan, waktu tempuh, hari kunjungan, dan kondisi taman. Nilai ekonomi Taman Kehati adalah Rp993.850.777.736 per tahun.

2. Penelitian kedua dilakukan oleh Al-khiriah, Prasmatiwi, & Affandi (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “*Valuasi Ekonomi dengan Metode Biaya Perjalanan Pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran*”. Metode yang digunakan adalah metode survei. Analisis kesediaan membayar, untuk mengetahui nilai ekonomi menggunakan analisis biaya perjalanan, dan untuk mengetahui faktor-faktor frekuensi kunjungan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu rata-rata biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung adalah sebesar Rp459.726,00. Alokasi biaya perjalanan yang tertinggi yaitu biaya paket wisata, dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan sebesar Rp344.092,00 Sedangkan alokasi biaya perjalanan terendah yaitu biaya lain-lain dengan rata-rata sebesar Rp13.503,00. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan responden taman wisata Pulau Pahawang adalah jarak dan biaya perjalanan. Nilai ekonomi taman wisata Pulau Pahawang jika dikuantitatifkan dari nilai total kekayaan yang terkandung di dalamnya secara keseluruhannya adalah Rp6,944 triliun.
3. Penelitian ketiga dilakukan oleh Tsania (2019), Dalam penelitiannya yang berjudul “*Analisis Valuasi Ekonomi Wisata Alam Melalui Travel Cost Method*”. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan metode biaya perjalanan (biaya perjalanan *method*) sebagai metode analisisnya. Diketahui hasil dari penelitian ini adalah penelitian ini

menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan, pendapatan, waktu tempuh, dan jumlah rombongan berpengaruh signifikan terhadap variabel frekuensi kunjungan wisatawan. Sementara durasi berkunjung memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel frekuensi kunjungan wisatawan. Adapun nilai ekonomi yang diketahui dari analisis valuasi ekonomi melalui metode biaya perjalanan sebesar Rp15.486.416.873,- dengan pemanfaatan potensi ekonomi sebesar Rp588.710.000,- atau 3,8%.

4. Penelitian keempat dilakukan oleh Rusmusi & Putra (2018), penelitiannya berjudul “ *Analisis Valuasi Ekonomi Kawasan Kebun Raya Baturaden*”. Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan atau biaya perjalanan sebagai metode analisisnya. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil penelitian, pendapatan, biaya perjalanan dan mileage memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah kunjungan ke Baturaden Botanical Garden, sedangkan jumlah kelompok tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Surplus konsumen yang diperoleh pengunjung adalah Rp286.961,50/tahun atau Rp143.480,75/kunjungan. Sedangkan nilai ekonomi Kebun Raya Baturaden adalah Rp.37.461.962.940,50/tahun.
5. Penelitian kelima dilakukan oleh Hardiyanti & Subari (2020), dengan judul “*Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik*”. Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan dan pendekatan harga pasar. Hasil penelitian adalah nilai manfaat langsung dari harga jual 90 batang pohon waru dan pasir putih pantai sebesar Rp301.800.000/tahun, nilai manfaat langsung sebesar Rp63.589.093.000/tahun dan nilai total ekonomi Wisata Pantai Pasir Putih sebesar Rp63.890.893.000/tahun.
6. Penelitian keenam dilakukan oleh Weriantoni (2020), dengan judul “*Pengaruh Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Kapalo Banda Kabupaten Limapuluh Kota Terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan dengan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)*”. Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan sebagai metode analisis dan dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil analisis biaya perjalanan, nilai manfaat total objek wisata Banda Kapalo dengan tambahan tarif tiket masuk sama dengan nol rupiah Rp74.441.0920. sedangkan nilai total manfaat objek

wisata Kapalo Banda atau nilai total surplus konsumen per tahun pada tarif masuk yang berlaku adalah Rp 5.000 hingga Rp 72.782.723.470. nilai rata-rata nilai kesediaan membayar maksimal (WTP) per pengunjung untuk tambahan fasilitas dan pengelolaan Objek Wisata Banda Kapalo adalah Rp 40.215.

7. Penelitian keenam dilakukan oleh Effendi, Bakri, & Rusita (2015) dengan judul “*Nilai Ekonomi Jasa Wisata Pulau Tangkil dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan*”. Metode yang digunakan yaitu biaya perjalanan *method*, sedangkan untuk mengetahui pengaruh karakteristik pengunjung terhadap nilai ekonomi jasa wisata menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu biaya perjalanan total pengunjung sebesar Rp37.927.000,00/kali kunjungan, biaya rata-rata perjalanan pengunjung sebesar Rp361.209,00/orang kunjungan. Nilai ekonomi jasa wisata sebesar Rp10.888.284.096,00/tahun. Pengaruh variabel dependen secara simultan (R-Sq) adalah 78,6 % dan R-Sq (adj) adalah 70,2 %.
8. Penelitian kedelapan dilakukan oleh Pratama & Helma (2019) dengan judul “*Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan Wisata Pantai Tan Sirdano*”. Penelitian ini menggunakan survei dengan kuesioner dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) serta IPA sebagai metode analisisnya. Hasil penelitian ini CSI sebesar 70,12%, menunjukkan tingkat kepuasan yang baik. IPA mengidentifikasi area yang perlu perbaikan untuk meningkatkan kepuasan.
9. Penelitian kesembilan dilakukan oleh Maryono, Effendi, & Krisanti (2016) dengan judul “*Analisis Kepuasan Wisatawan untuk Manajemen Pantai di Wisata Pantai Tanjung Bira*”. Penelitian ini menggunakan survei dengan kuesioner *close-ended* dan analisis CSI serta *Importance-Performance Analysis* (IPA). sebagai metode analisisnya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSI sebesar 58%, menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup. IPA mengidentifikasi 13 indikator yang perlu perbaikan, seperti kebersihan pantai dan fasilitas umum.
10. Penelitian kesepuluh dilakukan Fatimah & Hariyanto (2016) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Berkunjung di*

Taman Objek Wisata Situ Patenggang”. Penelitian ini menggunakan Analisis deskriptif kuantitatif dengan kuesioner dan SPSS sebagai metode analisisnya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan berkunjung sebesar 47,9%.

Berdasarkan penelitian terdahulu diketahui bahwa kesamaan dalam penelitian ini adalah metode analisis yang menggunakan analisis linier berganda, CSI dan metode biaya perjalanan. Valuasi ekonomi penting untuk dilakukan di setiap tempat wisata untuk membantu pengembangan serta pengelolaan lebih lanjut dan tempat wisata yang saya teliti berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu di objek wisata Bukit Bawang Bakung, Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat..

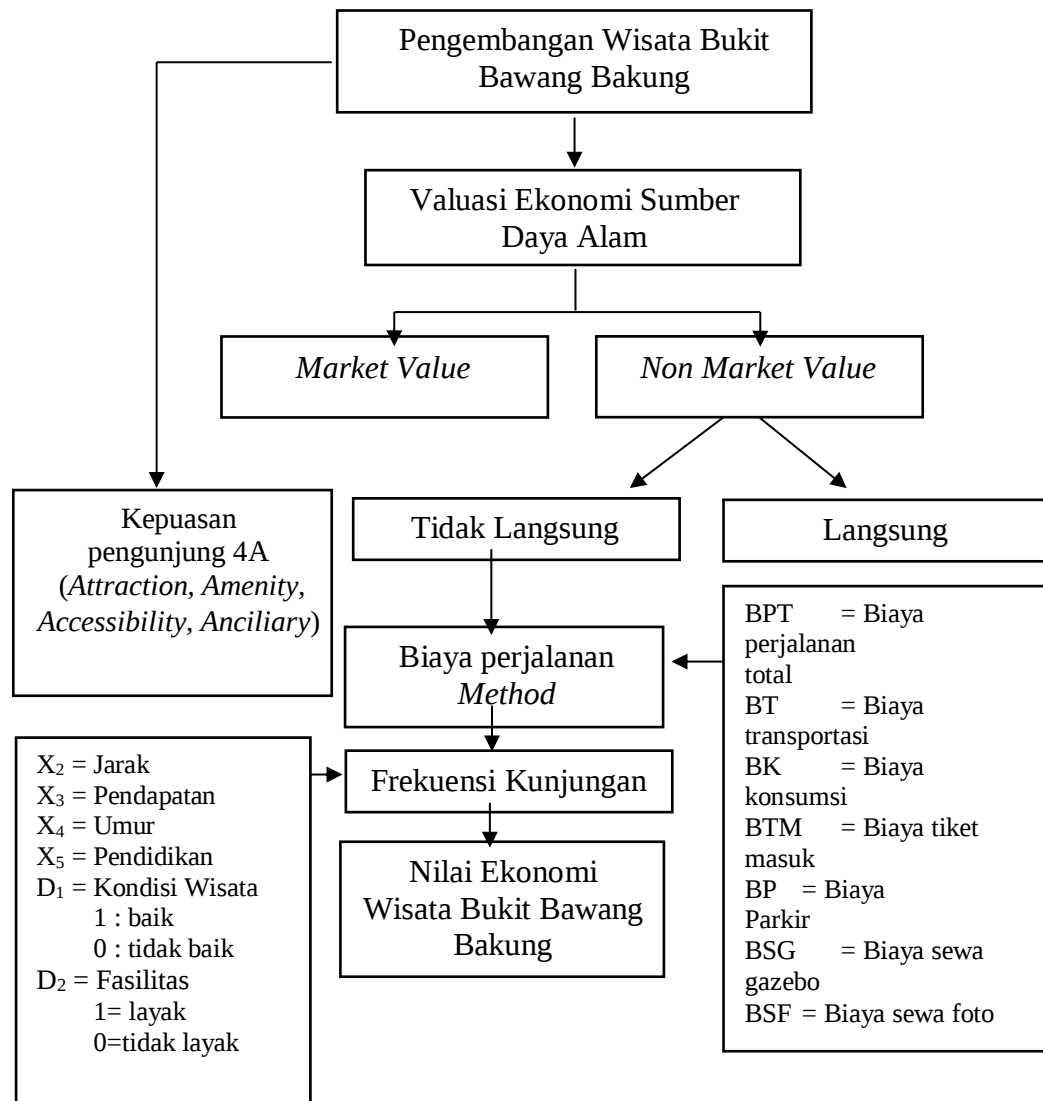
C. Kerangka Pemikiran

Objek Wisata Bukit Bawang Bakung merupakan salah satu objek wisata unggulan yang berada di Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat. Objek wisata ini terletak di atas perbukitan yang tidak jauh dari pusat kota. Seiring berjalannya waktu, tempat ini semakin banyak digemari oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Objek wisata ini terkenal dengan pemandangan kabutnya yang sangat indah untuk dipandang serta udara yang sejuk dan juga asri. Wisata ini banyak dikunjungi selain ingin melihat panorama alam yang indah, wisata ini juga dapat dijadikan pilihan yang tepat untuk dijadikan spot foto karena wisata ini menyediakan spot foto dengan tempat yang begitu menarik. Selain itu, wisata ini juga menyediakan fasilitas-fasilitas seperti tempat camping , musholla, toilet, kantin, gazebo, dan spot t berfoto.

Objek wisata Bukit Bawang Bakung dianggap sebagai barang ekonomi yang berlaku hukum permintaan, yang mana frekuensi kunjungan dikaitkan dengan permintaan pariwisata. Potensi objek wisata Bukit Bawang Bakung yang merupakan wisata alam tidak dapat dinilai. Oleh karena itu digunakan

pendekatan dengan metode biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan ini bertujuan untuk mengetahui nilai ekonomi objek wisata dengan cara menghitung sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung. Pengunjung yang melakukan suatu kegiatan wisata pasti akan mengeluarkan biaya perjalanan. Apabila diketahui pengeluaran pengunjung, maka dapat dihitung berapa nilai yang diberikan pengunjung kepada sumberdaya lingkungan atau objek wisata Bukit Bawang Bakung. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghitung biaya perjalanan adalah biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya sewa gazebo, biaya sewa tenda, biaya sewa kursi, biaya sewa meja dan biaya sewa tempat foto.

Nilai ekonomi objek wisata Bukit Bawang Bakung per tahun dapat dihitung berdasarkan frekuensi kunjungan yang dikalikan dengan surplus konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke wisata Bukit Bawang Bakung adalah biaya perjalanan, pendapatan, umur, jarak, pendidikan, sarana dan prasarana dan kepuasan pengunjung. Setelah seluruh biaya dirinci maka dapat menghitung nilai ekonomi. Surplus konsumen dapat dihitung dengan menggunakan koefisien biaya perjalanan pada persamaan permintaan wisata. Nilai ekonomi objek wisata Bukit Bawang Bakung dapat memudahkan dalam membuat perencanaan pengalokasian sumber daya alam serta perencanaan pengembangan dimasa yang akan datang. Pengambilan keputusan akan lebih mudah apabila biaya dan manfaat akibat penggunaan sumber daya alam ini diketahui dalam bentuk nilai uang atau harga. Kerangka penelitian ini disajikan dalam Gambar 3.



Keterangan : ----- = Bagian yang dianalisis

Gambar 4. Bagan alir penelitian valuasi ekonomi Wisata Bukit Bawang Bakung dengan pendekatan *trabel cost method*.

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Diduga variabel biaya perjalanan, pendapatan, umur, jarak, pendidikan, kondisi wisata dan fasilitas berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Bukit Bawang Bakung.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam menganalisis valuasi ekonomi dari kawasan wisata Bukit Bawang Bakung adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2016) metode survei merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari suatu tempat tertentu tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misal dengan mengedarkan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Menurut Singarimbun & Efendi (1995) langkah-langkah dalam melakukan metode survei adalah merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survei, menentukan tujuan survei, menentukan konsep dan hipotesis serta menggali kepustakaan, pengambilan sampel, pembuatan kuesioner, pekerjaan lapang, pengolahan data, analisa dan pelaporan. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dari pengunjung kawasan wisata Bukit Bawang Bakung mengenai frekuensi kunjungan, biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung dan nilai atau valuasi ekonomi dari kawasan wisata Bukit Bawang Bakung.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

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

Konsep dasar penelitian ini adalah valuasi kawasan Wisata Bukit Bawang Bakung. Beberapa pengertian yang berkaitan dengan konsep ini adalah sebagai berikut.

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

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

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

Biaya Transportasi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk membeli bahan bakar, biaya sewa mobil, dan biaya angkutan umum untuk mengunjungi suatu tempat diukur dalam satuan rupiah per individu dalam sekali kunjungan.

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

Biaya Konsumsi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang dari aktivitas di luar wisata maupun di dalam wisata, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya Tiket Masuk adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk diberikan kepada pengelola bukit bawang bakung, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya Sewa Gazebo adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk duduk bersantai, diukur dalam satuan rupiah.

Biaya Spot Foto adalah sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk berfoto menikmati panorama kabut, diukur dalam satuan rupiah.

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

Jarak merupakan jarak dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi Bukit Bawang Bakung satuan kilometer.

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

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

Pendapatan merupakan jumlah seluruh gaji yang diterima anggota keluarga yang mengunjungi Bukit Bawang Bakung.

Kondisi Wisata adalah penilaian yang digunakan dalam penelitian atau analisis untuk mengukur keadaan, potensi, dan kesiapan suatu destinasi wisata, yang dinilai berdasarkan komponen fisik maupun non-fisik .

Fasilitas adalah sarana penunjang utama wisata sebagai pelayanan terhadap pengunjung yang berkunjung di wisata bawang bakung. variabel ini dapat dinyatakan dengan variabel baik dan kurang baik. Variabel ini diukur dengan dummy (1= baik dan 0= kurang baik). adalah sarana penunjang utama wisata sebagai pelayanan terhadap pengunjung yang berkunjung di wisata bawang bakung. variabel ini dapat dinyatakan dengan variabel baik dan kurang baik. Variabel ini diukur dengan dummy (1= baik dan 0= kurang baik).

Valuasi Ekonomi adalah upaya dalam memberikan penilaian terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya alam (SDA) baik atas nilai non pasar (*non market value*) maupun nilai pasar (*market value*).

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

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

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Peneltian

Penelitian akan dilakukan di Wisata Bukit Bawang Bakung. Lokasi penelitian dipilih secara purposive dengan pertimbangan bahwa lokasi ini menjadi objek wisata di Kabupaten Lampung Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Bukit Bawang Bakung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik accidental sampling. Responden pada penelitian ini memiliki beberapa kriteria yaitu masyarakat yang pernah berkunjung ke Wisata Bukit Bawang Bakung, bersedia menjadi responden, sudah bekerja dan memiliki pendapatan, serta berusia di atas 17 tahun. Jumlah pengunjung wisatawan tahun 2024 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Bawang Bakung tahun 2023

No.	Bulan	Jumlah Kunjungan (orang)
1.	Januari	7.823
2.	Februari	6.457
3.	Maret	5.001
4.	April	5.569
5.	Mei	6.147
6.	Juni	5.254
7.	Juli	6.367
8.	Agustus	5.578
9.	September	5.765
10.	Oktober	6.564
Jumlah		60.525
Rata-rata		6.052

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa rata-rata pengunjung wisatawan di Wisata Bukit Bawang Bakung tahun 2023 sebesar 6.052 orang. Sehingga diperoleh penentuan ukuran dalam sampel menggunakan rujukan rumus pada teori Isaac & Michael (1995), yaitu:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

S² = Variasi sampel (5% = 0,05)

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

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

$$n = \frac{6.052 (1,96)^2 (0,05)}{6.052(0,1)^2 + (1,96)^2(0,05)}$$

n = 75,86 = 76 orang

D. Jenis Data dan Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara sendiri yang didapatkan dari hasil wawancara menggunakan kuesioner. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung kepada responden yang berkunjung ke wisata Bukit Bawang Bakung melalui pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data atau jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

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

E. Metode Analisis

1. Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Atribut Wisata Bukit Bawang Bakung

Untuk menganalisis tujuan yang pertama digunakan analisis *costumer statisfaction index* (CSI), yang merupakan bentuk pengukuran konsumen yang melihat keterkaitan kepada suatu merek dan produk. Metode analisis (CSI) digunakan untuk melihat tingkat persentase kepuasan responden terhadap produk atau jasa, yang kemudian menjadi gambaran kemungkinan seorang pelanggan beralih ke produk lain, jika terjadi perubahan pada produk tersebut, baik harga pelayanan maupun atribut lain yang menyebabkan biaya yang dikeluarkan terhadap produk tersebut menjadi lebih besar. Pada penelitian ini, untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh komponen destinasi wisata 4A terhadap skor pengukuran kepuasan pengunjung disajikan pada Tabel 4.

Tahap dalam pengukuran CSI yaitu:

- a. Menghitung *Weighting Factor* (WF), mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut dengan total 100 persen. *Weighting Factor* adalah fungsi yang digunakan dari suatu rata-rata skor kepentingan (RSP-i) dengan masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total rata-rata tingkat kepentingan (RSP-i) untuk seluruh atribut yang akan diuji.
- b. Cara menghitung Indeks kepuasan konsumen sebagai berikut:
 - 1) Menghitung *Weighted Score* (WS)

$$\text{Weighted Score} = \text{RSK} \times \text{WF} \dots \dots \dots (8)$$

Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menunjukkan semua *Weighted Score* (WS) dengan semua atribut produk.

- 2) Menghitung indeks kepuasan konsumen, yaitu *Weighted Total* (WT) dibagi skala maksimal (*Heighest Scale/HS*), yaitu skala likert 5 dikalikan 100%

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots(9)$$

Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat disajikan pada kriteria tingkat kepuasan konsumen pada Tabel 4.

Tabel 4. Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Rentang Skala	Interpretasi
0,00 - 0,21	Sangat Tidak Puas
0,21 - 0,40	Tidak Puas
0,40 - 0,60	Cukup Puas
0,60 - 0,80	Puas
0,80 – 1,00	Sangat Puas

Sumber: Supranto, 2006.

Setelah dilakukan penginputan data dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk menilai sejauh mana data dan pertanyaan dalam kuisioner dapat dimengerti oleh responden. Pengujian dilakukan terhadap 30 orang responden. Hal ini bertujuan untuk mengetahui setiap bulir pertanyaan yang terdapat pada kuisioner tersebut sah (*valid*) dan handal (*reliable*).

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat (*valid*) pada kuisioner. Validitas tercapai apabila dalam pertanyaan yang diajukan mengungkapkan apa yang diinginkan. Cara untuk menguji keabsahannya dengan mengoreksi setiap atribut dengan membandingkan total atribut yang ada. Uji signifikasi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel yang disajikan terlebih dahulu nilai *N* atau jumlah responden yang ada, jika *r* hitung *r* tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid, sedangkan jika *r* hitung < *r* tabel, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2013).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan apakah suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini menunjukkan tingkat kereliabelan dari atribut-atribut yang diajukan pada responden dalam kuisioner. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dikatakan reliabel dengan standar dapat diterima jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 (Ghozali, 2011).

c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil dari uji validitas dan reliabilitas diperoleh melalui perhitungan dengan menggunakan program SPSS 26 dengan sampel uji sebanyak 30 sampel. Validitas diuji dengan *Corrected Item* dan *Total Correlation*, sedangkan reliabilitas diuji dengan *Cronbach Alpha*. Uji validitas dan realibilitas dilakukan pada tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut pariwisata di Bukit Bawang Bakung. Hasil uji validitas dan realibilitas tingkat kinerja di Bukit Bawang Bakung disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji validitas dan realibilitas tingkat kinerja di Bukit Bawang Bakung

No	Variabel Indicator	Corrected Item dan Total Correlation	Cronbach'Alpha
1	Keindahan pemandangan	0,451*	0,818
2	Kantin	0,590**	
3	Spot Foto	0,398*	
4	Sewa Tenda	0,470**	
5	Sewa Matras	0,611**	
6	Sewa Kursi	0,624**	
7	Sewa Meja	0,441*	
8	Sewa Villa	0,371*	
9	Parkir	0,579**	
10	Gazebo	0,685**	
11	Toilet	0,545**	
12	Mushola	0,545**	
13	Jaringan Komunikasi	0,479**	
14	Jalan	0,479**	
15	Papan Informasi	0,475**	
16	Pengelola Wisata	0,496**	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa nilai *Corrected Item* dan *Total Correlation* pada setiap atribut tingkat kinerja bernilai lebih dari 0,361. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tingkat kinerja dinyatakan valid. *Cronbach's Alpha* tingkat kinerja memiliki nilai sebesar 0,818. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui bahwa semua pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tingkat kinerja dinyatakan reliabel, karena nilai tersebut melebihi batas standar yakni 0,6.

Hasil pada tingkat kinerja menunjukkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner untuk setiap variabel atribut dinyatakan valid dan reliabel. Selanjutnya, tingkat kinerja pada seluruh atribut di Bukit Bawang Bakung dapat dianalisis lebih lanjut. Uji validitas dan realibilitas juga dilakukan pada tingkat kepuasan pengunjung yang akan digunakan pada analisis *Customer Satisfaction Index* yang dapat dicermati pada Tabel 7.

Tabel 5. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepuasan pengunjung di Bukit Bawang Bakung

No	Variabel Indicator	Corrected Item dan Total Correlation	Cronbach'Alpha
1	Keindahan pemandangan	0,593**	0,846
2	Kantin	0,767**	
3	Spot Foto	0,652**	
4	Sewa Tenda	0,557**	
5	Sewa Matras	0,404*	
6	Sewa Kursi	0,665**	
7	Sewa Meja	0,448*	
8	Sewa Villa	0,430*	
9	Parkir	0,598**	
10	Gazebo	0,614**	
11	Toilet	0,530**	
12	Mushola	0,586**	
13	Jaringan Komunikasi	0,489**	
14	Jalan	0,586**	
15	Papan Informasi	0,478**	
16	Pengelola Wisata	0,402*	

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa nilai *Corrected Item* dan *Total Correlation* pada setiap atribut tingkat kepuasan bernilai lebih dari 0,361. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tingkat kepuasan dinyatakan valid. *Cronbach's Alpha* tingkat kepuasan pengunjung memiliki nilai sebesar 0,846. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui bahwa semua pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tingkat kepuasan dinyatakan reliabel, karena nilai tersebut melebihi batas standar yakni 0,6.

Hasil pada tingkat kepuasan menunjukkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner untuk setiap variabel atribut pariwisata dinyatakan valid dan reliabel. Selanjutnya, tingkat kepuasan pada seluruh atribut pariwisata di Bukit Bawang Bakung dapat dianalisis lebih lanjut.

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode analisis untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja sebuah perusahaan. Atribut yang digunakan sebagai objek pengukuran yaitu 4A (*Attraction, Amenity, Accesibility, Anciliary*) *Attraction* yang meliputi panorama, *Amenity* yang meliputi spot foto, gazebo, toilet/WC, musholla, dan tempat parkir, *Accesibility* yang meliputi jaringan komunikasi, jaringan internet, jalan, dan yang terakhir *Anciliary* yang meliputi keamanan dan pelayanan. Berikut ini merupakan tahapan-tahapan dalam *Importance Performance Analysis* (Supranto, 2006).

1. Penentuan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja dengan rumus

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki =Tingkat Kesesuaian responden

X = Skor penilaian pelaksanaan kinerja penyediaan jasa

Y = Skor penilaian kepentingan pengguna jasa

2. Selanjutnya adalah perhitungan rata-rata kinerja dan kepentingan pelanggan yang akan mengisi setiap sumbu, baik sumbu X maupun

sumbu Y dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}_i$ = Skor rata-rata penilaian tingkat atribut kinerja ke-i

$\bar{Y}_i$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan/harapan ke-i

N = Jumlah responden

3. Perhitungan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk seluruh atribut yang diteliti dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{x}_i}{k} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{y}_i}{k}$$

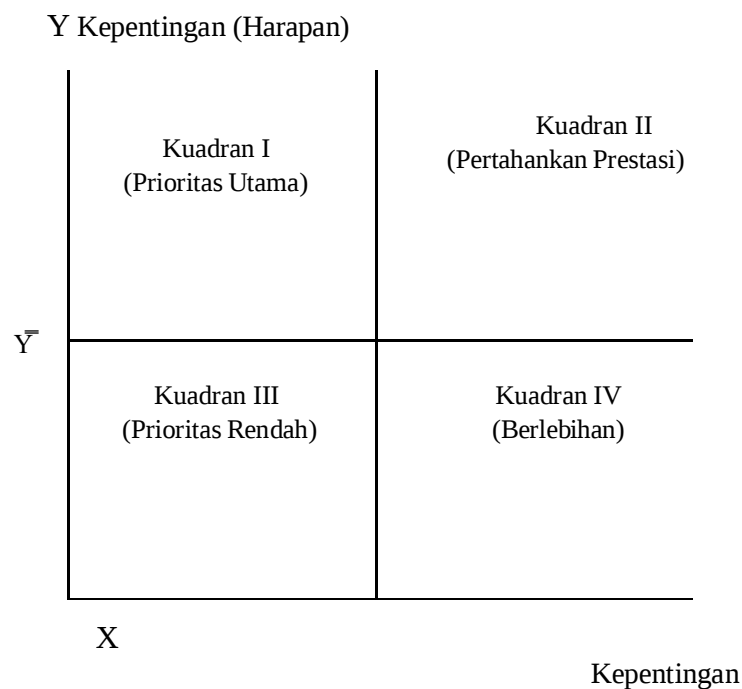
Keterangan:

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat penilaian seluruh atribut

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat penilaian kepentingan/harapan seluruh atribut

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan

4. Selanjutnya adalah melakukan pemetaan ke dalam diagram kartesius untuk melihat posisi dari masing-masing atribut masuk ke dalam salah satu kategori dari keempat kuadran dalam diagram kartesius yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Diagram Kartesius

Keterangan:

- 1) Kuadran I, menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan dari konsumen/pengunjung, yang termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap penting. Tetapi, manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen/pelanggan. Sehingga menghasilkan rasa mengecewakan dan rasa tidak puas yang tidak sesuai harapan.
- 2) Kuadran II, menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh manajemen. Menghasilkan rasa sangat puas terhadap konsumen/pengunjung.
- 3) Kuadran III, menunjukkan beberapa atribut yang kurang penting pengaruhnya terhadap konsumen/pengunjung, serta pelaksanaan oleh pengelola biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- 4) Kuadran IV, menunjukkan atribut yang mempengaruhi konsumen/pengunjung kurang penting, tetapi dalam pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi mengakibatkan kepuasan terhadap konsumen/pengunjung.

2. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan

Sebelum menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan dilakukan analisis biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan di Bukit Bawang Bakung. Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung dalam satu kali perjalanan antara lain biaya transportasi, biaya tiket wisata, biaya konsumsi selama rekreasi, biaya gazebo, biaya parkir, dan biaya lainnya. Secara keseluruhan dihitung dengan rumus Ekwarso (2010):

$$BPT = BT + BTW + BK + BK + BG + BP + BL \dots \dots (10)$$

Keterangan:

BPT = Biaya Perjalanan Total
 BT = Biaya Transportasi
 BTW = Biaya Tiket Wisata
 BK = Biaya Konsumsi

BG = Biaya Gazebo
 BP = Biaya Parkir
 BL = Biaya Lainnya

Sedangkan pada perhitungan biaya rata-rata perjalanan pengunjung untuk menuju wisata Bukit Bawang Bakung menggunakan rumus Aqualdo dan Ekwarso (2010) sebagai berikut:

$$ATC = \Sigma \frac{BPT}{n} \dots \dots \dots (11)$$

Keterangan:

ATC = Biaya rata-rata perjalanan pengunjung
 BPT = Jumlah total biaya perjalanan pengunjung
 n = Jumlah sampel

Selanjutnya untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan dilakukan dengan regresi linear berganda. Menurut Yuliara (2016), regresi linear berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, \dots, X_n$). Model regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak tempuh, umur, pendidikan, pendapatan bulanan, lama perjalanan, dan *dummy* (fasilitas umum dan kepuasan pengunjung) terhadap frekuensi kunjungan wisatawan.

Variabel *dummy* pada penelitian ini menggunakan dua kategori. Pada fasilitas umum 1 untuk terawat dan 0 untuk kurang terawat, sedangkan pada kepuasan pengunjung 1 untuk puas dan 0 untuk kurang puas. Kategori tersebut ditentukan berdasarkan penilaian dan persepsi wisatawan terhadap fasilitas umum dan kepuasan pengunjung. Untuk variabel fasilitas umum penilaian terdiri dari kantin, spot foto, sewa fasilitas, parker, toilet, mushola dan pengelola Bukit Bawang Bakung.

Hasil penilaian setiap objek kemudian dirata-rata dan apabila seorang responden memiliki hasil penilaian di atas rata-rata, maka akan dikategorikan terawat atau baik (1), sedangkan apabila hasil penilaian di bawah rata-rata, maka akan dikategorikan kurang terawat atau kurang baik (0).

Penentuan kategori dalam variabel *dummy* ditentukan berdasarkan nilai yang diberikan oleh wisatawan. Penilaian ditentukan berdasarkan skala 1 sampai 5, dimana 1 adalah sangat tidak terawat atau sangat tidak baik dan 5 adalah sangat terawat atau sangat baik. Hasil penilaian dikategorikan terawat atau baik jika memiliki nilai di atas rata-rata, sedangkan jika dibawah rata-rata, maka akan dikategorikan sebagai kurang terawat atau kurang baik. Berikut ini persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini.

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 D_1 + b_7 D_2 + e \dots \dots \dots (12)$$

Keterangan :

Y	= Frekuensi kunjungan wisatawan (kali/tahun)
α	= Konstanta/Intersep
$\beta_1, \dots, \beta_9$	= Koefisien regresi
X_1	= Biaya perjalanan (Rp/kunjungan)
X_2	= Pendapatan (Rp/kunjungan)
X_3	= Umur pengunjung (tahun)
X_4	= Jarak tempuh (km)
X_5	= Pendidikan
D_1	= Kondisi Wisata
D_2	= Fasilitas
e	= Error (gangguan)

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

$$\hat{Y} = \frac{Y - \bar{Y}}{\sigma} \dots \dots \dots (13)$$

Keterangan:

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

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan uji regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik meliputi:

1) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan variabel-variabel independen yang berhubungan linear sempurna. Uji multikolinearitas dilakukan sebagai analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Pada model regresi yang baik, tidak akan terjadi korelasi diantara variabel independen.

Pendeteksian multikolinearitas pada suatu model dapat diketahui melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing masing variabel independen. Untuk model yang bermasalah memiliki nilai VIF melebihi 10. Selain itu, terdapat cara lain untuk mengetahui multikolinearitas adalah dengan menggunakan perbandingan F_i dan F hitung (Pramudhito, 2010). Kriteria pengambilan keputusan:

- a) Jika $F \text{ hitung} > F_i$, maka kolinearitas masing-masing variabel bebas terdapat hubungan.
- b) Jika $F \text{ hitung} < F_i$, kolinear antar variabel tidak terdapat hubungan.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian tidak sama antara variabel dalam semua pengamatan. Model persamaan yang diperoleh dari suatu penelitian terkadang terdapat masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas memiliki konsekuensi, salah satunya yaitu penduga OLS tidak lagi efisien. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada model persamaan dari suatu penelitian yaitu dengan melakukan 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, 2013).

b. Uji Hipotesis

Sebelum dilakukan uji regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik meliputi:

Untuk melakukan uji hipotesis atas dugaan yang dibuat pada penelitian yang dilakukan di objek wisata Bukit Bawang Bakung yaitu dengan menggunakan:

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

2) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

$$H_0 : B_1 = 0$$

Variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, umur, pendidikan, pendapatan, waktu tempuh, fasilitas umum, dan kepuasan pengunjung secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Bukit Bawang Bakung.

$$H_1 : B_1 \neq 0, \text{ minimal ada satu } B_1 \text{ yang tidak sama dengan nol}$$

Variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, umur, pendidikan, pendapatan, waktu tempuh, fasilitas umum, dan kepuasan pengunjung secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Bukit Bawang Bakung.

Menurut Ghozali (2018), dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu.

- 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.

3) Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh secara parsial pada setiap variabel bebas dapat disajikan melalui ini apakah signifikan atau tidaknya koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas yang sinkron. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t parsial ada dua yaitu dengan melihat nilai signifikansi (*sig*) dan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel.

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

- a) $H_0 : B_1 = 0$, variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, umur, pendidikan, pendapatan, waktu tempuh, fasilitas umum, dan kepuasan pengunjung secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Bukit Bawang Bakung.
- b) $H_0 : B_1 \neq 0$, variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan, jarak, umur, pendidikan, pendapatan, waktu tempuh, fasilitas umum, dan kepuasan pengunjung secara parsial berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan ke wisata Bukit Bawang Bakung.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi (*sig*) yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi (*sig*) $<$ probabilitas 0,1 maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau H_1 diterima dan H_0 ditolak.
- b) Jika nilai signifikansi (*sig*) $>$ probabilitas 0,1 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau H_1 ditolak dan H_0 diterima.

3. Analisis Nilai Ekonomi

Untuk menganalisis tujuan ketiga, yaitu analisis ekonomi menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode biaya perjalanan merupakan alat analisis yang digunakan dalam menghitung nilai ekonomi pada penelitian ini. Pada biaya perjalanan (TCM) dilakukan dengan menghitung nilai surplus konsumen per individu per tahun. Menurut Fauzi (2014) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SK = \frac{v^2}{2\beta_1} \dots \dots \dots (14)$$

Keterangan:

SK = Surplus konsumen (Rp/orang)
 V^2 = Jumlah kunjungan responden (kali/tahun)
 B_1 = Koefisien biaya perjalanan (TC)

$$SK' = \frac{SK / \Sigma X}{n} \dots \dots \dots (15)$$

Keterangan:

SK' = Surplus konsumen/individu/kunjungan
 n = Jumlah responden

Koefisien biaya perjalanan merupakan nilai koefisien biaya perjalanan yang dihasilkan dari fungsi permintaan yang dianalisis menggunakan regresi.

Formulasi nilai ekonomi total menggunakan teori Marsinko, Zawacki, dan Bowker (2002) sebagai berikut :

$$EV = SK \times TP \dots \dots \dots (16)$$

Keterangan:

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

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bukit Bawang Bakung

1. Sejarah Wisata Bukit Bawang Bakung

Kabupaten Lampung Barat memiliki banyak sekali wisata yang cukup terkenal akan keindahan alamnya salah satunya yaitu Bukit Bawang Bakung. Bukit Bawang Bakung merupakan wisata yang cukup terkenal akan keindahan panorama alamnya di Kabupaten Lampung Barat. Bukit Bawang Bakung terletak di Desa Negeri Ratu, Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat. Sejarah awal penyebutan Bawang Bakung mulanya karena pertama kali yang berdomisili di daerah tersebut adalah sebagian suku Semendo dan ketika mereka membuka hutan di sana ternyata banyak ditemukan bawang. Bukit Bawang Bakung juga sering dijulukan Negeri di Atas Awan penyebutan ini sendiri bermula dari sejumlah pecinta fotografi di Lampung Barat yang menemukan spot tersebut sekitar tahun 2011 lalu. Dari bukit ini kita bisa menyaksikan matahari terbit dengan pemandangan hamparan kabut awan putih yang terbentang menutupi kawasan di bawahnya. Oleh karena itu, bukit ini mendapat julukan negeri di atas awan.

2. Keadaan Geografis dan Topografi

Bukit Bawang Bakung merupakan salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi Ketika berada di Provinsi Lampung tepatnya di Kecamatan Batu Brak, dan lokasinya berada di Pekon Negeri Ratu. Kecamatan Batu Brak terletak di bagian barat Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung, dengan koordinat sekitar 4°47'16" - 5°56'42" Lintang Selatan dan

103°35'08" - 104°33'51" Bujur Timur. Wilayah ini merupakan bagian dari dataran tinggi Lampung Barat yang berbukit dan memiliki iklim sejuk, dengan jarak sekitar 10 km dari Kota Liwa. Wilayah administratif Kecamatan Batu Brak berbatasan langsung dengan beberapa kecamatan lain yang berada di sekitarnya, yaitu :

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Belalau.
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Balik Bukit.
3. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Belalau.
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Suoh.

Secara Topografis, Kecamatan Batu Brak sebagian besar daerahnya berbukit-bukit dan bergunung-gunung dengan ketinggian dari permukaan laut lebih kurang 800 meter

3. Kondisi Demografi

Bukit Bawang Bakung terletak di Pekon Negeri Ratu. Pekon Negeri Ratu ini berada didalam, akses masuknya dari pekan kembahang. Pekon ini memiliki luas +513,5 ha dan jumlah penduduk 1225 jiwa. Objek wisata ini dikenal warga dengan sebutan Bukit Bakung/ Gerdai. Bukit Bawang Bakung memiliki karakteristik berupa pemandangan yang indah dengan berlatarkan kabut yang membentang. Wisata Bukit Bawang Bakung memiliki keistimewaan tersendiri dan sangat jarang ada di daerah lain, keindahan gunung tanggamus dan udara yang begitu sejuk menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Wilayah Wisata Bukit Bawang Bakung memiliki luas kurang lebih sebesar 2 Hektar yang dikelilingi oleh lahan pemukiman warga. Status lahan Wisata Bukit Bawang Bakung saat ini yaitu berstatus kepemilikan milik pribadi atau perorangan yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Lampung Barat. Peta lokasi Wisata Bukit Bawang Bakung tergambar pada Gambar 6.



Gambar 7. Akses menuju wisata Bukit Bawang Bakung

5. Fasilitas dan Aktivitas Wisata

Bukit Bawang Bakung merupakan destinasi wisata alam yang menyuguhkan panorama menawan, didukung oleh fasilitas umum yang memadai guna menunjang kenyamanan dan kualitas pengalaman wisatawan. Fasilitas dasar seperti toilet, mushola, dan area parkir yang luas telah tersedia dan dikelola secara optimal untuk menjaga kebersihan serta kenyamanan selama kunjungan. Selain itu, tersedia pula fasilitas tambahan berupa penyewaan tenda, matras, kursi, meja, hingga villa atau Homestay yang diberi nama “Anjung Geredai” bagi wisatawan yang ingin bermalam. Bagi pengunjung yang tidak menyewa villa, diwajibkan menyewa tenda dengan kapasitas maksimal empat orang. Adapun tarif sewa fasilitas meliputi Rp25.000,00 per tenda, Rp10.000,00 per matras, Rp15.000,00 per kursi, Rp25.000,00 per meja, dan Rp450.000,00 per malam untuk villa.

Pengunjung dapat menikmati berbagai aktivitas rekreasi di Bukit Bawang Bakung, seperti berkemah, menyaksikan keindahan matahari terbit dan terbenam, serta berburu kabut pagi yang menjadi salah satu ciri khas kawasan ini. Suasana yang sejuk dan asri memberikan pengalaman wisata yang menyegarkan, jauh dari hiruk-pikuk perkotaan. Daya tarik destinasi ini semakin kuat dengan adanya kearifan lokal masyarakat sekitar yang terdiri dari beragam etnis, seperti suku Lampung, Sunda, dan Jawa. Keberagaman budaya tersebut tercermin dalam keramahan penduduk, tradisi lokal, serta kuliner khas yang dapat memperkaya pengalaman wisatawan.

Beberapa kuliner tradisional yang patut dicoba antara lain Kue Tat, kue khas Lampung berbentuk bunga dengan rasa manis legit; Cucur, jajanan tradisional berbahan dasar gula merah dan tepung beras yang digoreng hingga renyah di pinggir namun lembut di tengah; serta Sambol Pajak, sambal khas yang sering disajikan sebagai pelengkap hidangan tradisional. Selain menikmati sajian kuliner di lokasi, wisatawan juga dapat membawa pulang kopi bubuk asli hasil olahan masyarakat setempat sebagai oleh-oleh khas dari Lampung Barat. Kombinasi antara pesona alam dan kekayaan budaya lokal menjadikan Bukit Bawang Bakung sebagai destinasi wisata yang kaya akan nilai ekologis dan kultural. Fasilitas yang tersedia di Wisata Bawang Bakung tersaji pada Gambar 8 dan 9.



Gambar 8. Fasilitas penyewaan kursi, meja, dan matras



Gambar 9. Penyewaan tenda dan villa

6. Tiket dan Jam Operasional

Untuk menikmati wisata Bukit Bawang Bakung, pengunjung dikenakan biaya yang relatif terjangkau. Tarif parkir ditetapkan sebesar Rp5.000 per unit untuk kendaraan roda dua dan Rp10.000 per unit untuk kendaraan roda empat. Sementara itu, tiket masuk kawasan wisata dikenakan sebesar Rp10.000 per orang. Bukit Bawang Bakung juga memiliki jam operasional yang fleksibel, yakni dibuka selama 24 jam, sehingga memberikan keleluasaan bagi pengunjung dalam menentukan waktu kunjungan yang

sesuai dengan preferensi mereka. Tarif destinasi wisata Bukit Bawang Bakung disajikan pada Gambar 10.

LAMPUNG BARAT
the origin of Lampung

BUKIT BAWANG BAKUNG

**TARIF DESTINASI WISATA
BUKIT BAWANG BAKUNG**

**ORANG : 5000 (SIANG)
: 10,000 (MALAM)**

**SEWA TENDA : KAPASITAS 4 ORANG
DOUBLE LAYER (60,000)**

SEWA TEMPAT TENDA : 25,000

Instagram: @bukit_bawangbakung
TikTok: Bukit Bawang
WhatsApp: 0896-0187-9355

Gambar 10. Tarif destinasi wisata Bukit Bawang Bakung

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Wisata Bukit Bawang Bakung menunjukkan hasil yang positif dengan nilai sebesar 0,7905 atau 79,05 persen. Nilai ini masuk ke dalam kriteria "puas" dari para wisatawan yang berkunjung ke Wisata Bukit Bawang Bakung.
2. Faktor biaya perjalanan, jarak, pendapatan dan kondisi wisata menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Wisata Bukit Bawang Bakung.
3. Nilai ekonomi total per tahun untuk Wisata Bukit Bawang Bakung berdasarkan jumlah kunjungan dan surplus konsumen individu per kunjungan sebesar Rp37.241.485.397,84.

B. Saran

1. Pengelola wisata perlu meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ada, seperti memperbaiki aksesibilitas, menambah fasilitas umum yang nyaman, dan memberikan pelatihan kepada staf untuk menjaga tingkat kepuasan wisatawan yang sudah tinggi.
2. Pemerintah disarankan untuk memperluas dukungan dalam bentuk pembangunan infrastruktur pendukung, seperti jalan menuju lokasi wisata, serta mendorong program pelestarian lingkungan untuk menjaga daya tarik Wisata Bukit Bawang Bakung.
3. Peneliti lain diharapkan dapat memperluas studi ini dengan menganalisis lebih dalam faktor-faktor lain yang memengaruhi jumlah kunjungan pengunjung, dampak sosial dari objek wisata serta kontribusi ekonomi destinasi wisata untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- A Yoeti, O. 1997. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. PT Pradnya. Jakarta.
- A Yoeti, O. 2000. Ekowisata : Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup. Pertja. Jakarta.
- Al-khiriahi, R., Prasmatiwi, F. E., & Affandi, M. I. 2017. Evaluasi Ekonomi Dengan Metode Biaya Perjalanan Pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(4), 406–413.
- Alifahmi, H., & Sigit, R. R. 2025. Strategi Destination Branding Ekowisata Bahari Berkelanjutan: Studi Kasus Pulau Pramuka. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 177–195.
- Amirullah. 2016. Penerapan Sapta Pesona di Pantai Polewali Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat. *Jurnal Kepariwisata P3M Politeknik Pariwisata Makassar*, 10(2), 15–27. Diambil dari <http://repository.poltekmakassar.ac.id/654/>
- Anggraini, O., & Agus, M. 2018. Penguatan modal sosial berbasis kelembagaan lokal masyarakat pesisir perspektif gender di Kabupaten Bantul. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 11(2), 11–24. Diambil dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/view/6889>
- Aritonang, L. R. 2005. Kepuasan Pelanggan. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Azizah, R. I., & Fathor, A. S. 2024. Peran Pemasaran Digital, Fasilitas, Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Desa Wisata. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1689–1710. Diambil dari <https://journal.laaroiba.com/index.php/elmal/article/download/5791/4134>
- Badan Pusat Statistik. 2022. Indonesia Dalam Angka 2021. BPS. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2025. Kabupaten Lampung Barat Dalam Angka Tahun 2025. BPS Kabupaten Lampung Barat. Lampung Barat.

- Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., & Yosky, D. 2018. Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170–176.
- Daniel, M. 2001. Pengantar Ekonomi Pertanian. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Desi, A. M., Arifin, B., & Nugraha, A. 2019. Nilai Ekonomi Objek Wisata berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(4), 474–482. Diambil dari <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3862>
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. 2023. Laporan Kinerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Tahun 2022. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Lampung.
- Dijiono. 2002. Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Biaya Perjalanan Taman Wisata Hutan di Taman Hutan Wan Abdul Rahman, Provinsi Lampung. Makalah Pengantar Falsafah Sains, Program Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor. B. Diambil dari <http://www.rudycr.com/PPS702ipb/05123/dijiono.pdf>
- Effendi, A., Bakri, S., & Rusita. 2015. Nilai Ekonomi Jasa Wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung Dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Sylva Lestari*, 3(3), 71–84.
- Ekwarso, H., Aqualdo, & Sutrisno. 2010. Nilai ekonomi lingkungan dan faktor faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu (pendekatan biaya perjalanan). *Jurnal Ekonomi*, 18(3), 103–200. Diambil dari <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/766>
- Faizal, M. A. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kartini, Jepara. Skripsi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fatimah, A. 2016. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Grogol, Mogodadi, Sayegan, Sleman. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Fatimah, S., & Hariyanto, O. I. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Berkunjung di Taman Objek Wisata Situ Patenggang. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 41–48.
- Fauzi, A. 2014. Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fitri, F. 2016. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman. Skripsi, Universitas Andalas. Padang.

- Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS: 25. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hardiyanti, N., & Subari, S. 2020. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *Agriscience*, 1(1), 124–137.
- Herman, H., Rizkiyah, P., Royanow, A. F., Fahmi, S., & Saputra, H. Y. 2025. Analisis Potensi Pariwisata di Desa Wisata Sedau: Identifikasi Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Akomodasi, dan Aktivitas Wisata. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(2), 49–59.
- Herminto, F., Eriyati, E., & Aqualdo, N. 2015. Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya perjalanan (Universitas Riau). Universitas Riau. Diambil dari <https://www.neliti.com/publications/33724/analisis-permintaan-objek-wisata-sungai-hijau-di-kabupaten-kampar-dengan-metode>
- Hoetomo, M. A. 2005. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Surabaya: Mitra Pelajar. Surabaya.
- Igunawati, D. 2010. Analisis Permintaan Objek Wisata Tira Waduk Cacaban Kabupaten Tegal. Skripsi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ilyas, M. 2009. Strategi Pengembangan Pariwisata Kepulauan Togean di Kabupaten Tojo Una-Una. *Tesis*, Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Intansari, I. S. 2023. Analisis Willingness To Pay Pengunjung Terhadap Pengembangan Wahana Objek Wisata Water Boom Tunjungan Di Kabupaten Sragen. Skripsi, Universitas Islam Indonesia. Sleman.
- Isaac, S., & Michael, W. 1995. *Handbook In Research and Evaluation : A Collection of Principles, Methods, and Strategies Useful In The Planning, Design, And Evaluation of Studies In Education and The Behavioral Sciences 3rd ed.* EdITS Publishers. San Diego.
- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. PT Gramedia Widiasrana. Jakarta.
- Janie, D. N. A. 2012. Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS. Semarang University Press. Semarang. Diambil dari <https://repository.usm.ac.id/files/bookusm/B208/20170519022209-Statistik-Deskriptif-&-Regresi-Linier-Berganda-dengan-SPSS.pdf>
- Karundeng, M. E., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511–517. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/download/36395/33879>

- Kementerian Lingkungan Hidup. 2012. Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia No. 15 tentang Panduan Valuasi Ekonomi Ekosistem Hutan. Kementerian Lingkungan Hidup. Diambil dari <https://peraturan.go.id/id/permenlh-no-15-tahun-2012>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2008. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. 04, Pasal 4 tentang Sadar Wisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta. Diambil dari <https://jdih.maritim.go.id/cfind/source/files/permenparekraf/kemenbudpar/peraturan-menteri-kebudayaan-dan-pariwisata-nomor-pm-04-tahun-2008.pdf>
- Khasani, M. A., & Arianti, F. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Skripsi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Khoirudin, R., & Khasanah, U. 2018. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 18(2), 152–166. Diambil dari <https://scholarhub.ui.ac.id/jepi/vol18/iss2/3>
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. *Edisi Millenium Jilid 1 Terjemahan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lestari, R., & Dewanti, D. S. 2019. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata Alam Kalibiru Kulon Progo, Yogyakarta. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 3(2), 134–139. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jeress.030214>
- Mandasari, W. I. 2020. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Valuasi Ekonomi Objek Wisata dengan Pendekatan Biaya perjalanan Method (TCM)(Studi Kasus Objek Wisata Pulau Pandang Kab. Batu Bara). *Skripsi*, UINSU. Medan. Diambil dari <http://repository.uinsu.ac.id/13774/1/SKRIPSI WENDA .pdf>
- Marsinko, A., Zawacki, W. T., & Bowker, J. M. 2002. Use of Biaya perjalanan Models in Planning: A Case Study. *Tourism Analysis*, 6(1), 203–211. Diambil dari <https://www.fs.usda.gov/research/treesearch/20293>
- Maryono, M., Effendi, H., & Krisanti, M. 2016. Analisis kepuasan wisatawan untuk manajemen pantai di wisata Pantai Tanjung Bira. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 3(2), 95–104.
- Mathieson, A., & Wall, G. 1982. *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. Longman. London.
- Maulini, U., & Andriyani, D. 2021. Aspek-aspek yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Pantai Pangah Gandapura. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 4(3), 37–46. Diambil dari https://ojs.unimal.ac.id/ekonomi_regional/article/view/6749

- Middleton, V. T. C., & Jackie, C. 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. Elsevier. Oxfort.
- Novita, S., Abidin, Z., & Kasymir, E. 2022. Valuasi Ekonomi Dengan Metode Biaya perjalanan Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribussiness Science*, 10(2), 217–224.
- Nurbasari, A., Aribowo, A., Budiningsih, T., Morgan, G., & Raihin, Y. O. 2024. Analisis Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Wisatawan dan Keterlibatan Wisatawan, pada Minat Berkunjung Ulang (Pengembangan Wisata Berkelanjutan di Pulau Padar. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 8(2), 164–179. Diambil dari <https://www.asmtb.ac.id/jurnal/index.php/jsab/article/download/469/124>
- Nurchahya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. 2024. Penerapan Uji Asumsi Klasik untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 472–481. Diambil dari <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/download/1551/1592>
- Nurdiana, D. 2020. Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Deviden Terhadap Return Saham. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 84–91. Diambil dari <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/39/39>
- Nurhidayah, L. S., & Slamet, S. 2024. Assessment of Students' Satisfaction with Higher Education Services: Customer Satisfaction Index Method. *IQTISHODUNA*, 20(1), 1–13. Diambil dari <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/23583>
- Paranita, P. 2024. Dampak Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan Masyarakat Pada Wisata Pantai Ponnori di Desa Temboe Kecamatan Larompong Selatan Kabupaten Luwu. *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Sulawesi Selat. Diambil dari <http://repository.iainpalopo.ac.id/9627/3/REPOSITORY.pdf>
- Pendit, N. S. 2006. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Pitana, I. G., Gayatri, & Putu, G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Prenhallindo. Jakarta.
- Pramudhito, A. 2010. Aplikasi Biaya Perjalanan (Biaya perjalanan) pada Wisata Alam Studi Kasus: Air Terjun Jumog Kabupaten Karanganyar. *Skripsi*, UNS. Surakarta. Diambil dari <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/12268/MjY4Mjg=/Aplikasi->

- Pratama, H. F. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan petugas terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata sejarah Benteng Marlborough di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 24–35. Diambil dari <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/152/143>
- Pratama, I. P., & Helma, H. 2019. Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan Wisata Pantai Tan Sirdano Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis. *Journal of Mathematics UNP*, 2(4), 12–17. Diambil dari <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mat/article/view/7917>
- Prayudi, A., & Indrapharasta, A. K. P. 2017. Faktor Pendukung dan Penghambat Daya Tarik Wisatawan ke Obyek Wisata Pantai Parangtritis Bantul. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 8(2), 7–13. Diambil dari <https://www.neliti.com/publications/489900/faktor-pendukung-dan-penghambat-daya-tarik-wisatawan-ke-obyek-wisata-pantai-para>
- Putra, R. A., Safrida, S., & Romano, R. 2019. Analisis Dampak Wisata Alam Terhadap Kondisi Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Desa Iboih Kecamatan Sukakarya Kota Sabang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 4(4), 51–60. Diambil dari <https://jim.usk.ac.id/JFP/article/download/12775/6234>
- Ramlan, A. R., Amri, A., Tahang, H., Amiluddin, A., & Hasani, M. C. 2021. Economic Valuation of Marina Beach, Bantaeng Regency. *PONGGAWA: Journal of Fisheries Socio-Economic*, 1(2), 60–70. Diambil dari <https://www.academia.edu/download/106985278/490622522.pdf>
- Rita, H. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Andi Offset. Yogyakarta.
- Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. 2021. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. Diambil dari <http://jurnal.akpar-denpasar.ac.id/index.php/diparojs/article/download/43/42>
- Rusmusi, I. M. P., & Putra, I. A. 2018. Analisa Valuasi Ekonomi Kawasan Kebum Raya Baturaden. *Jurnal REP: Riset Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 347–357.
- Salsabila, C. Z., & Amali, M. T. 2025. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Kelompok Sadar Wisata dalam Membranding Pantai Pangasan sebagai Destinasi Wisata Populer. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(2), 847–861.
- Santi, I. N., & Zahara, Z. 2024. Pemasaran Pariwisata. CV. Budi Utama. Yogyakarta. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=0NgUEQAAQBAJ&lpg=PP1&ots=ZcvzSeLmxv&dq=tiket masuk yang terjangkau%2C dapat menarik pengunjung dengan berbagai latar belakang ekonomi%2C sedangkan pengeluaran untuk fasilitas tambahan cenderung lebih rendah karena diang>

- Sijabat, R. S., Senoaji, G., Yansen, Y., & Faradika, M. 2023. Tourist Characteristics and Economic Valuation of Nature Tourism in Seblat Nature Park, North Bengkulu District. *Journal of Global Forest and Environmental Science*, 3(2), 148–168. Diambil dari <https://ejournal.unib.ac.id/jhutanlingkungan/article/download/32891/14045>
- Singarimbun, M., & Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. PT. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Sinnun, A. 2017. Analisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web dengan Metode Servqual, IPA, dan CSI. *Jurnal Informatika*, 4(1), 146–154. Diambil dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ji/article/download/1866/1396>
- Sinuhaji, B. S. 2023. Valuasi Nilai Ekonomi dan Kunjungan Agrowisata Stroberi di Desa Dolat Rayat Kabupaten Karo. *Skripsi*, Universitas Medan Area. Medan. Diambil dari [https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/24188/2/198220073 - Bella Safitri Br Sinuhaji - Fulltext.pdf](https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/24188/2/198220073-Bella%20Safitri%20Br%20Sinuhaji-Fulltext.pdf)
- Sitanggang, D. A., Sunarti, S., & Pangertuti, E. 2020. Pengaruh Citra Destinasi, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Berperilaku Wisatawan. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, (Special Issue (Ekosistem Start Up)), 61–77. Diambil dari <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/996/1223>
- Soehardjoepri, Widyastuti, A. A. S. A., & Balafif, M. 2022. *Manajemen Wisata Indonesia*. PT. Pena Persada Kerta Utama. Jawa Tengah.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. 2010. *The Economics of Tourism*. Routledge. Abingdon.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabet. Bandung.
- Sukirno, S. 1994. *Makroekonomi: Teori Pengantar*. Rajawali Pers. Depok.
- Sukwika, T., & Kasih, T. 2020. Valuasi ekonomi taman wisata alam gunung pancar kabupaten Bogor. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 285–290. Diambil dari <http://repository.usahid.ac.id/2931/24/24>. Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Gunung Pancar.pdf
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryani, E., & Haryanto, T. 2020. Pengaruh fleksibilitas kerja terhadap intensitas perjalanan wisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 8(3), 123–134.
- Susilowati. 2019. *Valuasi Ekonomi Dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Suwantoro, G. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Andi Offset. Yogyakarta.
- Suwena, & Widyatmaja. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Pustaka Larasan. Bali.
- Theresia, P., Suradi, W. S., & Siti, R. 2019. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Wediombo Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta Dengan Pendekatan Biaya perjalanan. *Aquatic Resources Study Program*, 8(3), 203–210. Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/maquares>
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Erje London Chemical). *eCo-Buss*, 3(2), 48–56. Diambil dari <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/download/191/111>
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2015. Pelanggan Puas? Tak Cukup! Andi Offset. Yogyakarta.
- Tsania, A. 2019. Analisis Valuasi Ekonomi Wisata Alam Melalui *Travel Cost Method* (Studi Kasus: Wisata Alam Teluk Ijo, Kecamatan Pesanggaran, Kabupaten Banyuwangi). *Skripsi*, Universitas Brawijaya.
- Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Pasal 1. 2009. Tentang Kepariwisata. Sekretariat Negara. Jakarta. Undang-Undang RI No. 20. 2003. Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Wahab, S., Crampon, L. J., Frans, G., & Rothfield, L. M. 1992. Pemasaran Pariwisata. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Wahyuddin, W. 2016. Analisis kemampuan menyelesaikan soal cerita matematika ditinjau dari kemampuan verbal. *Beta: Jurnal Tadris Matematika*, 9(2), 148–160. Diambil dari <http://www.jurnalbeta.ac.id/index.php/betaJTM/article/download/9/10>
- Wahyuni, I. N., & Tamami, N. D. B. 2021. Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 14(1), 51–60. Diambil dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator/article/download/9536/5657>
- Weriantoni, W. 2020. Pengaruh Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Kapalo Banda Kabupaten Limapuluh Kota Terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan dengan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*). *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(4), 215–226.
- Yuliawati, L. 2015. Peran Teknologi Informasi dalam Pengembangan Wisata Digital. *Jurnal Pariwisata*, 2(1), 45–53.