

**VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK AGROWISATA
WAY BEKHAK DI KABUPATEN TANGGAMUS TERHADAP
SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT LOKAL**

(Skripsi)

Oleh

Aidila Fitri Yana
2214131096



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2026**

ABSTRACT

ECONOMIC VALUATION AND THE IMPACT OF WAY BEKHAK AGROTOURISM ON THE SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS OF THE LOCAL COMMUNITY IN TANGGAMUS REGENCY

By

AIDILA FITRI YANA

This study aims to analyze visitor and local community perception of Way Bekhak Agrotourism, its economic value, and impact on the socio-economic conditions of the local community. The research employed a survey method with purposive sampling for site selection. Data collection was conducted from November to December 2025 that involved 76 visitors, 7 business owners, and 5 workers as respondents. The data were analyzed using the likert scale, the travel cost method (TCM), and the keynesian multiplier effect. The results indicated that visitors strongly agree regarding price affordability and aspects of attraction, environmental sustainability, service quality, facilities, and educational value at Way Bekhak Agrotourism. Furthermore, the local community held a positive perception of the agrotourism site based on its characteristics and economic impact. The economic value of Way Bekhak Agrotourism was estimated at IDR 1.669.605.870,00 per year. Multiplier effect calculations showed a keynesian income multiplier of 1.80, a type I ratio income multiplier of 1.71, and a type II ratio income multiplier of 1.98, indicating that Way Bekhak Agrotourism has successfully generated a significant economic impact on the surrounding region.

Key words: economic impact, economic value, local community perceptions, travel cost, visitor perception

ABSTRAK

VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK AGROWISATA WAY BEKHAK DI KABUPATEN TANGGAMUS TERHADAP SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT LOKAL

Oleh

AIDILA FITRI YANA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengunjung dan masyarakat sekitar terhadap Agrowisata Way Bekhak, nilai ekonomi, dan dampak agrowisata tersebut terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei, dengan pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Pengumpulan data dilakukan pada bulan November hingga bulan Desember 2025, yang melibatkan 76 pengunjung, 7 pelaku usaha, dan 5 tenaga kerja sebagai responden. Data kemudian dianalisis menggunakan skala *likert*, metode biaya perjalanan (*travel cost method*), dan efek pengganda keynesian (*keynesian multiplier effect*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung sangat setuju terhadap keterjangkauan harga, serta menyatakan setuju pada aspek daya tarik, keberlanjutan lingkungan, kualitas layanan, fasilitas, dan nilai edukasi pada Agrowisata Way Bekhak. Masyarakat sekitar juga memberikan persepsi positif (setuju) terhadap agrowisata tersebut berdasarkan karakteristik agrowisata dan aspek ekonomi. Nilai ekonomi Agrowisata Way Bekhak diperoleh sebesar Rp1.669.605.870,00 per tahun. Hasil perhitungan efek pengganda menunjukkan nilai *Keynesian Income Multiplier* sebesar 1,80, *Ratio Income Multiplier* tipe I sebesar 1,71, dan *Ratio Income Multiplier* tipe II sebesar 1,98 yang mengindikasikan Agrowisata Way Bekhak telah mampu memberikan dampak ekonomi bagi wilayah sekitar.

Kata kunci: biaya perjalanan, dampak ekonomi, nilai ekonomi, persepsi masyarakat lokal, persepsi pengunjung

**VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK AGROWISATA
WAY BEKHAK DI KABUPATEN TANGGAMUS TERHADAP
SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT LOKAL**

Oleh

AIDILA FITRI YANA

Skripsi

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

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2026**

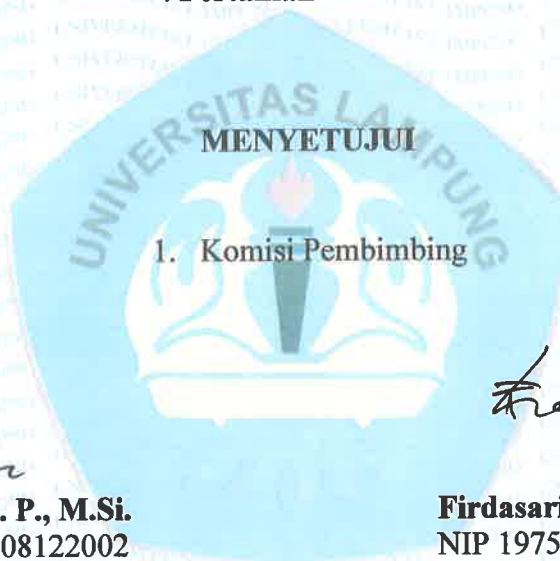
**Judul : VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK
AGROWISATA WAY BEKHAK DI
KABUPATEN TANGGAMUS TERHADAP
SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT LOKAL**

Nama Mahasiswa : Aidila Fitri Yana

No. Pokok Mahasiswa : 2214131096

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



1. Komisi Pembimbing

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

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

2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

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



Sekretaris

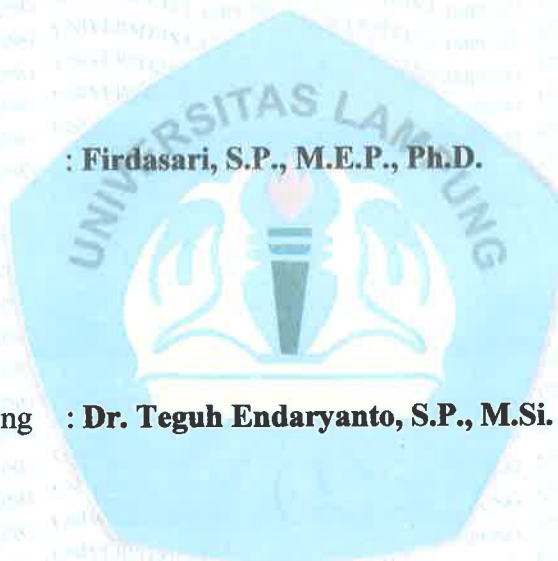
: Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D.



Penguji

Bukan Pembimbing

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

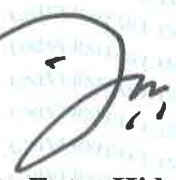


2. Dekan Fakultas Pertanian



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

NIP. 196411181989021002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 30 April 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aidila Fitri Yana
NPM : 2214131096
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jalan Banjar Negeri, Kelurahan Banjar Negeri,
Kecamatan Gunung Alip, Kabupaten Tanggamus,
Provinsi Lampung

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

Bandar Lampung, 30 April 2026
Penulis,



Aidila Fitri Yana
2214131096

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Gunung Alip pada tanggal 13 November 2004, sebagai anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Subaidi dan Ibu Rosida. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) diselesaikan di TK Alamanda pada tahun 2010, Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Banjar Negeri pada tahun 2016, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTS Negeri 2 Tanggamus pada tahun 2019, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Gunung Alip pada tahun 2022. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2022 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (P3) selama 5 hari di Desa Rejo Agung, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2023. Penulis mengikuti program Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur selama 1 semester pada tahun 2024. Pada bulan Juni hingga Agustus 2025 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT. Siger Jaya Abadi, Kecamatan Tanjung Bintang. Penulis pernah menjadi asisten mata kuliah Teknologi Informasi Agribisnis pada semester genap 2024/2025 serta asisten mata kuliah Kewirausahaan dan Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan pada semester ganjil 2025/2026. Penulis pernah menjadi tutor Forum Ilmiah Mahasiswa (FILMA) Fakultas Pertanian pada tahun ajaran 2023/2024. Semasa kuliah penulis aktif sebagai anggota bidang 1 yaitu Pengembangan Akademik dan Profesi di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Fakultas Pertanian Universitas Lampung, dan anggota Koperasi Mahasiswa (Kopma) Universitas Lampung.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabbil'Alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkat, limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Valuasi Ekonomi dan Dampak Agrowisata Way Bekhak di Kabupaten Tanggamus Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal”**.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Dosen Pembahas, dan Penguji atas segala ketulusannya dalam memberikan masukan, arahan, motivasi, saran, dan ilmu yang bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., sebagai Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., sebagai Ketua Program Studi Agribisnis Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
5. Ibu Lina Marlina, S.P., M.Si., sebagai Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Pertama atas segala kesabaran dan ketulusan hati, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan ilmu yang bermanfaat, memberikan semangat, arahan, motivasi,serta selalu mempermudah penulis dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.

6. Ibu Firdasari, S.P., M.E.P., Ph.D., sebagai Dosen Pembimbing Kedua atas ketulusan hati dan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, semangat, saran, motivasi, ilmu yang bermanfaat, serta selalu mempermudah proses penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Kedua orang tua yang saya sayangi, Bapak Subaidi dan Ibu Rosida yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih atas segala kasih sayang yang tak terhingga dan selalu berjuang untuk memberikan yang terbaik bagi anak-anaknya. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan nasihat yang selalu mengiringi setiap langkahku.
8. Abangku tersayang, Fikri Subaidi yang selalu memberikan doa, motivasi, semangat, dan dukungan kepada penulis.
9. Seluruh keluarga yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah menjadi penyemangat dan selalu mendukung segala impian penulis.
10. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
11. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mba Iin, Mba Lucky, Pak Iwan, dan Pak Bukhori, atas semua bantuan yang telah diberikan.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan, yaitu Dean Artashevi, Ahmanda Camelia, Ni Nyoman Desmawati, Chika Putri Hariyandi, Larasati Kartika Sari, Jovanca Imtinan, Ragil Bangkit Prasajo, Aldi Prasetyo, dan Muhammad Retdhito Nozaputra. Terima kasih atas segala dukungan, semangat, saran, motivasi, canda tawa, dan bantuan dari awal hingga akhir perkuliahan serta dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Teman-teman yang saya cintai dan sayangi, Aida Putri Yasa, Intan Yudiya, Debi Nurhaliza, Muhammad Wildan, dan Anisha Yasfa, terima kasih atas segala semangat, bantuan, doa, motivasi, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi.
14. Teman-teman yang saya sayangi Agribisnis 2022, terima kasih atas kebahagiaan, kebersamaan, dukungan, semangat, dan doa selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.

15. Mba dan abang angkatan 2020 dan 2021, serta adik-adik angkatan 2024 atas segala bantuan, saran, motivasi, dan semangat yang diberikan kepada penulis.
16. Seluruh karyawan dan karyawan Agrowisata Way Bekhak, terima kasih telah menerima penulis dengan baik, membantu, dan mempermudah penulis selama proses penelitian untuk penyelesaian skripsi ini.
17. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan selama proses penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung, 30 April 2026
Penulis

Aidila Fitri Yana

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| DAFTAR TABEL | iii |
| DAFTAR GAMBAR..... | v |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat Penelitian | 9 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 10 |
| A. Tinjauan Pustaka | 10 |
| 1. Agrowisata..... | 10 |
| 2. Wisatawan | 11 |
| 3. Permintaan Pariwisata | 12 |
| 4. Valuasi Ekonomi | 14 |
| 5. Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)..... | 16 |
| 6. Nilai Ekonomi | 19 |
| 7. Persepsi..... | 21 |
| 8. Efek Berganda (<i>Multiplier Effect</i>)..... | 22 |
| 9. Dampak Pariwisata Terhadap Ekonomi Masyarakat | 23 |
| 10. Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Masyarakat | 24 |
| B. Kajian Penelitian Terdahulu | 26 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| D. Hipotesis | 37 |
| III. METODE PENELITIAN | 38 |
| A. Metode Penelitian | 38 |
| B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional | 38 |
| C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data..... | 41 |
| D. Jenis dan Sumber Data..... | 43 |
| E. Uji Validitas dan Reliabilitas | 43 |
| 1. Uji Validitas..... | 43 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 44 |
| 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 44 |
| F. Metode Analisis Data..... | 46 |
| 1. Analisis Persepsi Pengunjung dan Masyarakat | 46 |
| 2. Analisis Nilai Ekonomi | 50 |
| 3. Analisis Dampak Sosial Ekonomi | 53 |

| | |
|--|------------|
| IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN..... | 56 |
| A. Sejarah Agrowisata Way Bekhak | 56 |
| B. Letak Geografis..... | 57 |
| C. Struktur Organisasi | 58 |
| D. Sarana dan Prasarana Agrowisata Way Bekhak | 60 |
| V. HASIL DAN PEMBAHASAN | 64 |
| A. Karakteristik Responden | 64 |
| 1. Responden Pengunjung Agrowisata Way Bekhak | 64 |
| 2. Responden Pelaku Usaha Agrowisata Way Bekhak | 72 |
| 3. Responden Tenaga Kerja Agrowisata Way Bekhak | 74 |
| B. Persepsi Pengunjung dan Masyarakat Sekitar Terhadap Agrowisata Way Bekhak | 75 |
| 1. Persepsi Pengunjung Terhadap Agrowisata Way Bekhak | 75 |
| 2. Persepsi Masyarakat Sekitar Terhadap Agrowisata Way Bekhak | 79 |
| C. Nilai Ekonomi Agrowisata Way Bekhak..... | 84 |
| 1. Biaya Perjalanan Agrowisata Way Bekhak..... | 84 |
| 2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Kunjungan Agrowisata Way Bekhak | 86 |
| 3. Nilai Ekonomi Agrowisata Way Bekhak | 95 |
| D. Dampak Ekonomi Agrowisata Way Bekhak | 97 |
| 1. Dampak Ekonomi Langsung | 99 |
| 2. Dampak Ekonomi Tidak Langsung..... | 101 |
| 3. Dampak Ekonomi Lanjutan..... | 104 |
| 4. Nilai Efek Pengganda | 106 |
| VI. KESIMPULAN DAN SARAN | 110 |
| A. Kesimpulan | 110 |
| B. Saran | 111 |
| DAFTAR PUSTAKA | 112 |
| LAMPIRAN..... | 119 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|----------------|
| 1. Persebaran data jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung, dan Indonesia 2020-2024..... | 2 |
| 2. Jumlah pengunjung di Agrowisata Way Bekhak 2020-2024..... | 5 |
| 3. Kajian penelitian terdahulu | 27 |
| 4. Definisi operasional variabel | 40 |
| 5. Hasil uji validitas | 45 |
| 6. Hasil uji reliabilitas | 46 |
| 7. Klasifikasi skor variabel persepsi pengunjung dan masyarakat terhadap Agrowisata Way Bekhak | 46 |
| 8. Indikator persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak..... | 47 |
| 9. Hasil perhitungan interval nilai persepsi pengunjung Way Bekhak | 49 |
| 10. Hasil perhitungan interval nilai persepsi masyarakat berdasarkan karakteristik agrowisata | 49 |
| 11. Hasil perhitungan interval nilai persepsi masyarakat berdasarkan aspek ekonomi..... | 49 |
| 12. Jenis kelamin pengunjung..... | 64 |
| 13. Jarak tempuh pengunjung ke Agrowisata Way Bekhak | 67 |
| 14. Waktu tempuh pengunjung ke Agrowisata Way Bekhak | 68 |
| 15. Pendapatan per bulan pengunjung Agrowisata Way Bekhak | 69 |
| 16. Jumlah tanggungan keluarga pengunjung..... | 70 |
| 17. Frekuensi kunjungan di Agrowisata Way Bekhak..... | 71 |
| 18. Alasan pengunjung memilih Agrowisata Way Bekhak | 72 |
| 19. Pelaku usaha di Agrowisata Way Bekhak | 73 |
| 20. Tenaga kerja Agrowisata Way Bekhak..... | 74 |
| 21. Persepsi pengunjung Agrowisata Way Bekhak | 75 |
| 22. Persepsi masyarakat berdasarkan karakteristik agrowisata | 80 |

| | |
|---|-----|
| 23. Persepsi masyarakat berdasarkan aspek ekonomi..... | 82 |
| 24. Biaya perjalanan pengunjung Agrowisata Way Bekhak..... | 85 |
| 25. Hasil uji multikolinearitas | 87 |
| 26. Hasil uji heteroskedastisitas | 88 |
| 27. Hasil analisis faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan di Agrowisata Way Bekhak | 89 |
| 28. Perhitungan nilai ekonomi Agrowisata Way Bekhak | 95 |
| 29. Proporsi pengeluaran pengunjung Agrowisata Way Bekhak | 98 |
| 30. Kebocoran pengeluaran pengunjung Agrowisata Way Bekhak | 98 |
| 31. Pendapatan pelaku usaha di Agrowisata Way Bekhak | 100 |
| 32. Pengeluaran unit usaha Agrowisata Way Bekhak | 102 |
| 33. Dampak ekonomi tidak langsung Agrowisata Way Bekhak | 103 |
| 34. Proporsi pengeluaran pengelola Agrowisata Way Bekhak..... | 105 |
| 35. Dampak ekonomi lanjutan Agrowisata Way Bekhak | 105 |
| 36. Nilai efek pengganda dari Agrowisata Way Bekhak..... | 106 |
| 37. Identitas responden pengunjung Agrowisata Way Bekhak | 120 |
| 38. Identitas responden pelaku usaha di Agrowisata Way Bekhak | 126 |
| 39. Identitas responden tenaga kerja di Agrowisata Way Bekhak..... | 127 |
| 40. Biaya perjalanan pengunjung Agrowisata Way Bekhak per individu | 128 |
| 41. Informasi tentang motivasi kunjungan ke Agrowisata Way Bekhak..... | 132 |
| 42. Faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan Agrowisata Way Bekhak..... | 136 |
| 43. Perhitungan surplus konsumen | 140 |
| 44. Persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak | 142 |
| 45. Persepsi masyarakat sekitar terhadap agrowisata Way Bekhak..... | 150 |
| 46. Perhitungan persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak | 151 |
| 47. Pendapatan pelaku usaha Agrowisata Way Bekhak | 153 |
| 48. Pengeluaran pelaku usaha di Agrowisata Way Bekhak..... | 154 |
| 49. Pendapatan pengelola di Agrowisata Way Bekhak | 155 |
| 50. Pengeluaran pengelola di Agrowisata Way Bekhak | 156 |
| 51. Hasil uji multikolinearitas | 157 |
| 52. Hasil uji heteroskedastisitas (uji <i>white</i>) | 158 |
| 53. Hasil uji heteroskedastisitas (uji <i>huber-white</i>)..... | 159 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|----------------|
| 1. Metode valuasi ekonomi non pasar..... | 15 |
| 2. Kurva Surplus Konsumen | 20 |
| 3. Diagram alir valuasi ekonomi dan dampak sosial ekonomi Agrowisata Way Bekhak | 36 |
| 4. Peta batas administrasi Kabupaten Tanggamus | 58 |
| 5. Struktur organisasi Agrowisata Way Bekhak | 59 |
| 6. Area pemandian Way Bekhak..... | 61 |
| 7. Area tanam selada air | 62 |
| 8. Spot foto Agrowisata Way Bekhak..... | 63 |
| 9. Usia pengunjung | 65 |
| 10. Tingkat pendidikan pengunjung..... | 66 |
| 11. Asal daerah pengunjung..... | 66 |
| 12. Pekerjaan pengunjung | 68 |
| 13. Sumber informasi pengunjung | 70 |
| 14. Diagram layang persepsi pengunjung | 79 |
| 15. Foto bersama responden pengunjung..... | 160 |
| 16. Foto bersama responden pengunjung..... | 160 |
| 17. Foto bersama responden pengunjung..... | 160 |
| 18. Foto bersama responden pengunjung..... | 160 |
| 19. Foto bersama responden pengunjung..... | 161 |
| 20. Foto bersama responden pengunjung..... | 161 |
| 21. Foto bersama responden pengunjung..... | 161 |
| 22. Foto bersama responden pengunjung..... | 161 |
| 23. Foto bersama responden pelaku usaha..... | 162 |
| 24. Foto bersama responden pelaku usaha..... | 162 |

| | |
|---|-----|
| 25. Foto bersama responden tenaga kerja | 162 |
| 26. Foto bersama responden tenaga kerja | 162 |

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata memiliki peluang besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Saat ini sektor pariwisata terus berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian, terutama melalui peningkatan pemasukan devisa negara dan PDB nasional (Hasibuan *et al.*, 2023). Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar 4 persen terhadap PDB nasional pada tahun 2024, angka tersebut lebih besar dibandingkan tahun 2023 yang hanya mencapai 3,9 persen. Pembangunan wisata juga memberikan manfaat ekonomi langsung melalui penghasilan dari kunjungan wisatawan, yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, untuk mendukung peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat tersebut, pemerintah harus terus memperbaiki infrastruktur pariwisata.

Sektor pariwisata memiliki beragam jenis, mulai dari wisata konvensi, wisata cagar alam, wisata bahari, hingga agrowisata. Pengembangan objek wisata ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, dapat menjadi sumber penghasil devisa yang baik bagi negara, serta secara langsung mendorong pertumbuhan investasi (Akrab, 2023). Dampak positif dari pengembangan objek wisata tidak hanya dirasakan oleh masyarakat sekitar, namun juga dirasakan oleh wisatawan yang berasal dari luar daerah ataupun wisatawan asing. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2025), jumlah kunjungan wisatawan Indonesia dari tahun 2020 hingga tahun 2024 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan jumlah kunjungan tersebut disebabkan adanya dorongan promosi yang lebih efektif dari kementerian

pariwisata dan pengoptimalan aksesibilitas oleh pemerintah (Anggraini, 2021). Data jumlah kunjungan wisatawan Indonesia selama periode 2020 hingga 2024 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persebaran data jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung, dan Indonesia 2020-2024

| Tahun | Jumlah Wisatawan Kabupaten Tanggamus (orang) | Jumlah Wisatawan Provinsi Lampung (orang) | Jumlah Wisatawan Indonesia (orang) |
|--------------|---|--|---|
| 2020 | 100.965 | 7.870.192 | 524.571.392 |
| 2021 | 121.997 | 8.855.256 | 613.299.459 |
| 2022 | 603.038 | 10.745.577 | 734.864.693 |
| 2023 | 678.174 | 13.977.434 | 839.667.538 |
| 2024 | 856.680 | 19.234.306 | 1.021.084.031 |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2025

Salah satu provinsi di Indonesia yang menonjol dan memiliki peluang pengembangan wisata yang cukup baik adalah Provinsi Lampung. Potensi tersebut didukung oleh kekayaan alam dan budayanya, seperti wisata bahari yang sangat menjanjikan, keindahan lingkungan, deretan pantai, dan kekayaan budaya lokal yang unik. Daya tarik ini telah membuahkan hasil yang positif bagi sektor pariwisata daerah (Saputra, Rosanti, dan Murniati, 2023). Hal tersebut tercermin dari data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung (2025), yang menunjukkan bahwa jumlah pengunjung wisata di daerah Lampung dari tahun 2020 hingga tahun 2024 mengalami peningkatan yang cukup signifikan, mengindikasikan bahwa tren pariwisata di Lampung terus membaik. Menurut Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung (2024), pada tahun 2024 kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Lampung meningkat menjadi 6,2 persen atau sekitar Rp30 triliun. Data terperinci mengenai jumlah kunjungan wisatawan Provinsi Lampung selama periode 2020 hingga 2024 dapat dilihat pada Tabel 1.

Melihat potensi ekonomi yang menjanjikan, berbagai daerah di Provinsi Lampung secara aktif mulai melakukan pengembangan destinasi wisata, salah satunya adalah Kabupaten Tanggamus. Kabupaten Tanggamus memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata

unggulan. Hal tersebut terlihat dari kombinasi unik antara keragaman kearifan lokal dan kekayaan sumber daya alam yang dimiliki, sehingga menjadikan daerah ini sangat layak sebagai tempat tujuan wisata yang menarik di Provinsi Lampung. Keberhasilan pengembangan potensi ini, dapat dilihat berdasarkan jumlah wisatawannya. Data jumlah wisatawan Kabupaten Tanggamus selama periode 2020 hingga 2024 dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan data pada Tabel 1, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Tanggamus dari tahun 2020 hingga tahun 2024 mengalami peningkatan yang signifikan. Tahun 2020, jumlah wisatawan tercatat sebanyak 100.965 orang, kemudian pada tahun 2021 meningkat menjadi 121.997 orang, menunjukkan adanya kenaikan meski relatif masih kecil. Hal ini tidak bisa dihindari, mengingat pada periode tersebut merupakan masa krusial penyebaran pandemi covid-19 yang menyebabkan banyaknya pembatasan, termasuk pembatasan kunjungan ke berbagai destinasi wisata. Namun, situasi mulai berubah setelah pandemi covid-19 mereda dan masyarakat mulai aktif kembali. Pada tahun 2022, jumlah wisatawan mengalami peningkatan yang sangat besar, mencerminkan tren positif bagi sektor pariwisata. Secara spesifik, jumlah wisatawan di Kabupaten Tanggamus mengalami lonjakan signifikan sebanyak 481.041 pengunjung dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan bahwa Tanggamus semakin diminati, didorong oleh keinginan masyarakat untuk kembali melakukan perjalanan dan mengeksplorasi wisata lokal.

Potensi wisata yang berkontribusi meningkatkan kunjungan wisatawan salah satunya adalah Way Bekhak. Wisata ini berada di Desa Sukaraja, Kecamatan Gunung Alip, Kabupaten Tanggamus. Wisata Way Bekhak memiliki konsep yang menarik dan berbeda. Tempat ini memanfaatkan aliran air yang berasal dari mata air tanah, sebagai media untuk budidaya tanaman selada air oleh masyarakat sekitar. Berangkat dari penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan inilah, tempat tersebut kemudian dikembangkan dan dikelola secara bersama-sama oleh masyarakat, hingga bertransformasi menjadi suatu destinasi wisata yang kini turut menarik minat wisatawan.

Daya tarik Way Bekhak juga didukung oleh aksesibilitasnya yang memadai. Bagi wisatawan dari Bandar Lampung, jarak tempuh ke wisata Way Bekhak ini sekitar 69 kilometer, yang dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih 2 jam perjalanan. Selain itu, lokasi Way Bekhak juga mudah dijangkau dari daerah setempat. Jarak Way Bekhak dari jalan utama hanya sekitar 200 meter dan jalan menuju tempat ini juga cukup baik, sehingga memudahkan akses baik menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Kondisi jalan yang mendukung ini menjadikan Way Bekhak sebagai salah satu destinasi yang nyaman untuk dikunjungi.

Way Bekhak memiliki daya tarik, seperti airnya yang jernih, sejuk, dan bersih, serta suasana di sekitar lokasi yang membuat wisata ini menarik adalah sumber mata airnya. Bahkan di musim kemarau, air tetap mengalir dengan debit yang tidak berkurang, namun semakin jernih. Kondisi ini menciptakan ekosistem yang sesuai untuk tumbuhnya tanaman selada air secara subur. Oleh karena itu, Way Bekhak tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata pemandian, tetapi juga sebagai lokasi strategis untuk budidaya selada air yang menjadi bagian penting dari daya tarik wisatanya. Mata air ini juga berperan ganda sebagai sumber kehidupan bagi warga sekitar, yaitu sebagai sumber air minum bersih dan berfungsi sebagai pengairan utama bagi sawah dan ladang, yang semakin memperkuat nilai fungsional dan keunggulan wisata berbasis air ini.

Selain pengembangan wisata berbasis air, potensi agrowisata juga dikembangkan di sekitar Way Bekhak. Agrowisata adalah jenis wisata yang menggabungkan kegiatan pertanian, perkebunan, atau peternakan dengan elemen wisata (Wahyudi dan Yahya, 2021). Masyarakat di sekitar Way Bekhak memanfaatkan lahan pertanian yang subur untuk menciptakan destinasi agrowisata berupa budidaya selada air. Kegiatan ini tidak hanya menawarkan pemandangan alam, tetapi juga memberi edukasi kepada wisatawan tentang cara budidaya tanaman serta budaya lokal yang berhubungan dengan pertanian. Pengintegrasian agrowisata ke dalam destinasi Way Bekhak, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata,

memberi peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar, serta menciptakan lingkungan yang lebih berkelanjutan melalui praktik pertanian yang ramah lingkungan. Selain itu, agrowisata juga bisa menjadi cara untuk melestarikan kearifan lokal dan memperkuat kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian alam. Pengaruh positif dari pengintegrasian agrowisata ke dalam destinasi Way Bekhak, dapat dilihat berdasarkan jumlah pengunjung Way Bekhak dari tahun 2020 hingga tahun 2024 yang terus mengalami peningkatan. Data terkait jumlah pengunjung Agrowisata Way Bekhak tahun 2020 hingga tahun 2024 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah pengunjung di Agrowisata Way Bekhak 2020-2024

| No | Tahun | Jumlah Pengunjung (orang) |
|----|-------|---------------------------|
| 1 | 2020 | 2.342 |
| 2 | 2021 | 4.258 |
| 3 | 2022 | 5.987 |
| 4 | 2023 | 7.537 |
| 5 | 2024 | 8.769 |

Sumber: Pengelola Agrowisata Way Bekhak, 2025

Berdasarkan Tabel 2, data jumlah pengunjung Agrowisata Way Bekhak dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan adanya peningkatan, di mana pada tahun 2020 jumlah pengunjung sangat sedikit yaitu 2.342 orang karena dampak pandemi dan pembatasan perjalanan. Tahun 2021 menjadi awal pemulihan, jumlah pengunjung meningkat menjadi 4.258 orang, karena masyarakat mulai beradaptasi dengan situasi pandemi. Tahun 2022, jumlah pengunjung Agrowisata Way Bekhak meningkat signifikan menjadi 5.987 orang, seiring dengan meredanya pandemi dan pemberlakuan protokol kesehatan menjadi lebih fleksibel. Peningkatan ini menunjukkan proses pemulihan yang berlangsung perlahan di agrowisata tersebut. Tren positif ini terus berlanjut, didukung oleh pemulihan perekonomian pasca pandemi serta kembalinya pengunjung lokal dan luar daerah, sehingga jumlah pengunjung meningkat lagi pada tahun 2023 menjadi 7.537 orang. Peningkatan jumlah pengunjung mencapai puncaknya pada tahun 2024 yaitu sebanyak 8.769 orang, yang mengindikasikan tren pemulihan yang kuat serta keberhasilan pengembangan dan pengelolaan Agrowisata Way Bekhak.

Pengelolaan dan pengembangan Agrowisata Way Bekhak masih dilakukan oleh swadaya masyarakat yang melibatkan kerja sama antara pemerintah daerah dengan remaja di daerah tersebut, sehingga pendapatan wisata akan masuk ke kas desa dan digunakan untuk pengelolaan agrowisata tersebut. Namun, agrowisata ini telah memberikan perubahan positif dalam segi sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Perubahan yang terjadi antara lain adalah perubahan jenis pekerjaan masyarakat yang awalnya hanya memanfaatkan lokasi ini sebagai tempat budidaya selada air, kemudian beralih menjadi pelaku usaha di objek wisata. Perubahan ini tidak hanya membuka peluang ekonomi baru, tetapi juga mendorong peningkatan keterampilan masyarakat. Banyak warga setempat kini terlibat dalam berbagai aspek pengelolaan wisata, seperti menjadi pedagang makanan dan minuman, menyediakan jasa penyewaan gazebo, penyewaan ban, jasa penitipan barang, dan sebagainya.

Meskipun demikian, belum pernah dilakukan analisis terkait persepsi masyarakat sekitar tempat wisata dan pengunjung. Masyarakat sekitar akan menilai pengaruh keberadaan Agrowisata Way Bekhak berdasarkan karakteristik agrowisata dan aspek ekonomi secara menyeluruh. Sementara itu, pengunjung akan mengevaluasi berdasarkan aspek daya tarik agrowisata, kualitas layanan, fasilitas, harga, nilai edukasi, dan keberlanjutan lingkungan dari Agrowisata Way Bekhak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristiana, Djuharyanto, dan Putranto (2025), yang meneliti persepsi pengunjung terhadap fasilitas, daya tarik, dan pelayanan di Agrowisata D'Las Lembah Asri. Penelitian tersebut menunjukkan perlunya peningkatan berbagai fasilitas agrowisata, seperti spot foto, wahana rekreasi, papan informasi, kebersihan toilet, dan tempat parkir, untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.

Penilaian dari masyarakat dan pengunjung ini menjadi dasar penting bagi pengelola untuk terus memperbaiki dan mengembangkan Agrowisata Way Bekhak. Analisis persepsi ini penting untuk memahami bagaimana interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan berjalan, serta dampaknya terhadap

pertumbuhan wisata di lokasi tersebut. Gabungan dua perspektif ini akan memberikan gambaran yang lebih lengkap dan seimbang mengenai kondisi di lapangan, sehingga memudahkan pengelola agrowisata untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, serta aspek yang sudah baik dan harus dipertahankan atau dioptimalkan. Hal ini akan membantu pengembangan Agrowisata Way Bekhak menjadi lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal serta wisatawan

Selanjutnya akan dilakukan analisis terkait nilai ekonomi yang menyeluruh terhadap manfaat Agrowisata Way Bekhak. Penilaian ekonomi ini sangat penting untuk mengetahui nilai sebenarnya dari sumber daya alam, tidak hanya dari sudut pandangan pendapatan langsung, tetapi juga dari kesediaan pengunjung untuk membayar (*willingness to pay*) atas pengalaman wisata yang diperoleh. Selain itu, analisis nilai ekonomi agrowisata juga penting untuk mengetahui seberapa besar kontribusi suatu agrowisata terhadap perekonomian daerah sekitar. Penilaian manfaat rekreasi *non market* ini dapat dianalisis menggunakan metode *travel cost method* (TCM). Hasil analisis nilai ekonomi ini akan menyajikan data penting yang juga berguna bagi pengambil keputusan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan Agrowisata Way Bekhak.

Analisis dampak Agrowisata Way Bekhak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar juga menjadi fokus penting dalam penelitian ini, karena pengembangan wisata tidak hanya membawa manfaat ekonomi, tetapi juga berpotensi menimbulkan perubahan sosial. Pemahaman terhadap dampak sosial ekonomi sangat diperlukan untuk mengidentifikasi bagaimana keberadaan Agrowisata Way Bekhak memengaruhi kesejahteraan masyarakat, pola mata pencaharian, serta interaksi sosial di sekitar lokasi wisata. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wolok (2016) dan Futakhah, Prasmatiwi, dan Marlina (2022), yang menyebutkan bahwa adanya kegiatan wisata memiliki dampak tertentu terhadap masyarakat lokal, terutama dalam bidang ekonomi yang terdiri dari dampak langsung, dampak tidak langsung, dan dampak lanjutan.

Oleh karena itu, penelitian menyeluruh yang menggabungkan persepsi masyarakat dan pengunjung, valuasi ekonomi serta analisis dampak sosial ekonomi akan memberikan gambaran menyeluruh yang sangat relevan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Pemahaman terpadu ketiga aspek ini, dapat digunakan untuk merancang pengembangan Agrowisata Way Bekhak yang tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga keseimbangan sosial dan lingkungan. Penelitian ini diharapkan tidak hanya mengungkap pandangan masyarakat dan pengunjung terhadap agrowisata, nilai ekonomi agrowisata, serta dampak sosial Way Bekhak, tetapi juga dapat menjadi acuan evaluasi untuk destinasi wisata berbasis mata air serupa di Indonesia, sehingga mendukung terciptanya pengembangan agrowisata yang berkelanjutan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi pengunjung dan masyarakat sekitar terhadap Agrowisata Way Bekhak di Kabupaten Tanggamus?
2. Bagaimana nilai ekonomi berdasarkan biaya perjalanan pada Agrowisata Way Bekhak di Kabupaten Tanggamus?
3. Bagaimana dampak Agrowisata Way Bekhak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar di Kabupaten Tanggamus?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis persepsi pengunjung dan masyarakat sekitar terhadap Agrowisata Way Bekhak di Kabupaten Tanggamus
2. Menganalisis nilai ekonomi Agrowisata Way Bekhak di Kabupaten Tanggamus berdasarkan biaya perjalanan (*travel cost method*)

3. Menganalisis dampak Agrowisata Way Bekhak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar di Kabupaten Tanggamus

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pengelola Agrowisata Way Bekhak dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan agrowisata
2. Bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam penetapan kebijakan pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Tanggamus, khususnya Agrowisata Way Bekhak
3. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai referensi dan menambah literatur ilmiah mengenai valuasi ekonomi dan dampak sosial ekonomi terhadap agrowisata baru

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Agrowisata

Agrowisata adalah konsep pariwisata yang sudah dikembangkan secara luas sejak abad ke-20. Konsep ini berupaya menghubungkan kegiatan wisata langsung dengan lingkungan pertanian. Secara jelas, agrowisata mencakup semua aktivitas rekreasi yang juga bertindak sebagai wadah belajar bagi pengunjung. Tujuannya adalah agar pengunjung dapat lebih memahami proses produksi pertanian mulai dari awal hingga akhir.

Agrowisata bukan hanya sekadar mengamati, tetapi mengubah lahan pertanian menjadi tempat wisata. Wisatawan dapat langsung menikmati hasil pertanian, baik saat tanaman masih dipanen maupun telah diolah. Model agrowisata ini, sama seperti yang dijelaskan oleh Swastika, Budhi, dan Dewi (2017), yaitu dapat menciptakan peluang ekonomi baru bagi petani lokal. Hal ini berpotensi meningkatkan pendapatan dan secara keseluruhan memperbaiki kualitas hidup masyarakat petani di daerah tersebut.

Menurut Raule, Sela, dan Tilaar (2020), terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan agrowisata yaitu:

- a. Mengurangi pengaruh negatif yang seminimal mungkin terhadap alam dan budaya, agar tidak merusak tempat tujuan wisata.
- b. Memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai pentingnya pelestarian.
- c. Menekankan tingginya bisnis yang bertanggung jawab yang bekerja sama dengan pihak pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi

kebutuhan penduduk setempat serta memberikan manfaat bagi usaha pelestarian.

- d. Mengarahkan keuntungan ekonomi secara langsung dengan tujuan melestarikan, mengelola sumber daya alam serta daerah yang dilindungi.
- e. Memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan wilayah wisata lokal dan pengaturan serta pengelolaan tanaman untuk tujuan wisata di daerah yang ditetapkan sebagai tempat wisata.
- f. Memberi perhatian pada manfaat penelitian berbasis lingkungan dan sosial, serta program jangka panjang untuk mengevaluasi dan mengurangi dampak wisata terhadap lingkungan sebanyak mungkin.
- g. Mendorong upaya peningkatan manfaat ekonomi bagi negara, pengusaha, serta masyarakat lokal, khususnya yang tinggal di daerah kawasan dilindungi.
- h. Berusaha memastikan bahwa pertumbuhan tidak melebihi batas-batas sosial dan lingkungan yang diterima, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh para peneliti yang bekerja sama dengan masyarakat setempat.
- i. Menyerahkan pengelolaan sumber energi, melindungi tumbuhan dan hewan liar, serta menyesuaikan dengan lingkungan alam dan budaya setempat.

2. Wisatawan

Menurut Andina dan Aliyah (2021), wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan atau kunjungan sementara ke tempat lain di luar rumahnya sehari-hari, dengan tujuan tertentu dan tidak menerima penghasilan tetap di tempat yang dikunjungi. Artinya, perjalanan tersebut murni bersifat kunjungan bukan migrasi untuk mencari nafkah atau pekerjaan. Wisatawan juga bisa diartikan sebagai orang yang pergi dari tempat tinggalnya ke tempat lain tanpa tinggal lama di tempat tersebut. Hal ini didukung oleh Takome, Suwu, dan Zakarias (2021) yang

menekankan aspek pengalaman dan kesenangan dalam melakukan perjalanan. Mereka mendefinisikan wisatawan sebagai seseorang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain sekaligus menikmati perjalanannya. Definisi ini tidak membedakan antara wisatawan dalam negeri dan wisatawan asing.

Secara umum, wisatawan dapat juga disebut dengan pengunjung atau *visitor*. Namun, pengelompokan jenis pengunjung ini dibagi lagi oleh Setiawati dan Suryono (2023) berdasarkan lama tinggal di tempat tujuan. Wisatawan adalah pengunjung yang menghabiskan lebih dari 24 jam di daerah tujuan, sedangkan pengunjung harian (*excursionist*) adalah mereka yang hanya menghabiskan waktu kurang dari 24 jam di destinasi wisata. Jadi, meskipun keduanya termasuk dalam kategori “pengunjung” dan tidak mencari pekerjaan di tempat tujuan, durasi tinggal menjadi faktor utama yang membedakan wisatawan dengan pengunjung harian.

3. Permintaan Pariwisata

Permintaan adalah keinginan konsumen untuk membeli barang dalam berbagai harga selama jangka waktu tertentu. Hukum permintaan menjelaskan bahwa jika harga suatu produk meningkat, jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan berkurang, dan sebaliknya. Jadi, terdapat hubungan yang berlawanan antara harga dengan jumlah barang yang ingin dibeli. Oleh karena itu, kemiringan dari kurva permintaan selalu negatif. Fungsi permintaan menjelaskan hubungan antara jumlah barang atau jasa yang diminta dengan berbagai faktor lain. Faktor-faktor itu meliputi harga barang, pendapatan konsumen, selera, tren, dan hal-hal lainnya (Rahmawati, 2014). Secara umum fungsi permintaan dirumuskan sebagai berikut:

$$Q_{dx,t} = f(P_{x,t}, P_{y,t}, Y_t, P_{x,t+1}^e, S_t) \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- $Q_{dx,t}$ = Jumlah produk X yang dibeli/diminta oleh konsumen dalam periode t
 $P_{x,t}$ = Harga produk X dalam periode t
 $P_{y,t}$ = Harga produk yang saling berhubungan dalam periode t
 Y_t = Pendapatan konsumen dalam periode t
 $P_{x,t+1}^e$ = Harga produk yang diharapkan dalam periode mendatang t + 1
 S_t = Selera dari konsumen pada periode t

Jika fungsi permintaan ini diubah menjadi bentuk persamaan linier dengan asumsi kondisi lain tetap tidak berubah (*ceteris paribus*), maka bentuk umumnya adalah:

$$Q_x = a - bP_x \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- Q_x = Jumlah produk X yang diminta
 P_x = Harga produk X
 a dan b = Parameter (Rahmawati, 2014).

Menurut Budi dan Santosa (2013), permintaan dalam industri pariwisata mencakup berbagai fasilitas atau produk yang berbeda. Permintaan ini tidak hanya melibatkan sifat barang atau layanan tersebut, tetapi juga manfaat dan kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan. Fasilitas dan produk yang diproduksi oleh berbagai perusahaan berbeda, dan kebutuhan wisatawan juga berubah tergantung waktu. Permintaan dalam pariwisata tidak hanya muncul saat wisatawan sedang melakukan perjalanan, tetapi juga sebelum mereka berangkat. Misalnya, wisatawan membutuhkan informasi tentang tempat tujuan, hotel untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat lain yang akan dikunjungi, dan jumlah uang yang diperlukan. Menurut Stabler, Papatheodorou, dan Sinclair (2009), fungsi permintaan dalam pariwisata pada suatu periode tertentu adalah:

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV) \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

- D_{ij} = Permintaan pariwisata dengan daerah asal i untuk daerah tujuan j
 Y_i = Pendapatan asli dari daerah i
 $P_{ij/k}$ = Harga relatif antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

- Eij/k = Nilai tukar antara daerah i dan daerah tujuan j dengan daerah tujuan k
 Tij/k = Biaya transportasi antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k
 DV = Variabel dummy untuk memperhitungkan hal-hal yang bersifat seperti acara olahraga atau gejolak politik

4. Valuasi Ekonomi

Menurut Apriani, Akbar, dan Jumiati (2022), valuasi ekonomi adalah cara menghitung nilai dalam bentuk angka untuk barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan, baik berdasarkan nilai pasar maupun nilai yang tidak diukur dengan uang. Sementara itu, valuasi ekonomi menurut Helida dan Abubakar (2018), adalah cara mengukur lingkungan hidup yang melihat bagaimana masyarakat menilai baik atau buruknya lingkungan tersebut. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup (2015), valuasi ekonomi adalah metode yang digunakan untuk menentukan nilai ekonomi dari kerusakan lingkungan maupun nilai ekonomi secara keseluruhan, dengan menggunakan pendekatan harga pasar dan pendekatan harga non pasar sebagai alat analisisnya.

Pendekatan harga pasar dapat digunakan model seperti pendekatan modal manusia (*human capital*), pendekatan produktivitas, pendekatan nilai hilang (*foregone earning*), dan pendekatan biaya kesempatan (*opportunity cost*). Sementara itu, pada pendekatan non pasar digunakan metode seperti biaya perjalanan (*travel cost*), metode nilai hedonis (*hedonic pricing*), metode kesediaan menerima ganti rugi atau kesediaan membayar (*contingent valuation*), serta metode *benefit transfer*.

Menurut Turmudi *et al.* (2018), nilai ekonomi dapat dihitung dengan rumus berikut:

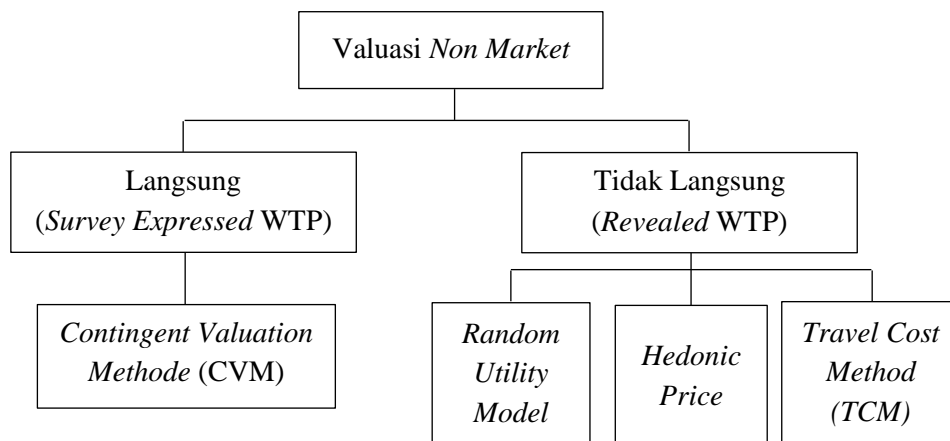
$$TEV = UV + NUV = (DUV + IUV + OV) + (XV + BV).....(4)$$

Keterangan:

- TEV = Total nilai ekonomi (*Total economic value*)
 UV = Nilai manfaat (*Use value*)
 NUV = Nilai bukan manfaat (*Non-use Value*)

DUV = Nilai guna langsung (*Direct use value*)
 IUV = Nilai guna tak langsung (*Indirect use value*)
 OV = Nilai pilihan (*Option value*)
 BV = Nilai keberadaan (*Bequest value*)
 EV = Nilai warisan (*Existence value*)

Nilai guna langsung, nilai guna tak langsung, dan nilai pilihan merupakan bagian dari kelompok nilai guna (*use value*), yaitu bentuk penjelasan nilai yang didapatkan dari penggunaan langsung terhadap sumber daya lingkungan. Sementara nilai keberadaan dan nilai warisan termasuk dalam kelompok nilai bukan guna (*non-use value*), yaitu nilai yang diberikan oleh seseorang terhadap suatu sumber daya atau lingkungan tanpa pernah digunakan secara langsung (Lavemia, Subiyanto, dan Amarrohman, 2018). Lingkungan memiliki berbagai manfaat dan fungsi ekologis yang sering kali tidak bisa diukur dalam perhitungan nilai lingkungan secara keseluruhan, seperti keindahan alam, kejernihan mata air, dan kebersihan udara. Jika fungsi dan manfaat lingkungan terganggu, maka hal ini akan memengaruhi pemilihan metode dalam perhitungan valuasi ekonomi. Menurut Fauzi, Wibawanti, dan Hasanah (2024), dalam menentukan nilai ekonomi total dapat digunakan metode valuasi ekonomi non pasar (*non market*) yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode valuasi ekonomi non pasar
 Sumber : Fauzi, 2006

Berdasarkan Gambar 1, metode valuasi ekonomi non pasar terbagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah metode yang menggunakan survei, di mana *willingness to pay* (WTP) dapat diperoleh

langsung dari jawaban responden. Kelompok kedua adalah metode yang mengandalkan harga implisit, di mana WTP terlihat melalui model yang digunakan. Salah satu metode yang umum digunakan dalam kelompok pertama adalah *contingent valuation method* (CVM), sedangkan dalam kelompok kedua metode yang umum digunakan adalah *travel cost method* (TCM). Pada penelitian ini metode yang akan digunakan adalah *travel cost method* (TCM), karena dinilai cocok untuk menghitung nilai ekonomi kawasan wisata alam yang digunakan untuk rekreasi. Metode ini juga bisa digunakan untuk menilai barang yang tidak memiliki pasar (*non-market*).

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

Menurut Febranadya, Pancawati, dan Krisdianto (2022), metode biaya perjalanan atau *travel cost method* (TCM) digunakan untuk menghitung nilai ekonomi dari aktivitas wisata di suatu tempat agrowisata. Metode biaya perjalanan mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung dalam satu kali kunjungan wisata. Biaya ini terdiri dari biaya transportasi dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi agrowisata, serta pengeluaran lain selama di perjalanan dan di dalam lokasi wisata. Contohnya adalah biaya tiket masuk, parkir kendaraan, pembelian makanan dan minuman, serta berbagai pengeluaran lain yang berkaitan dengan kegiatan wisata untuk satu kali kunjungan tersebut. Menurut Fauzi (2006), rumus untuk menghitung biaya perjalanan adalah:

$$BP = BT + BK + BD + BPR + BS + BL \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

- BP = Biaya perjalanan (Rp/orang/hari)
- BT = Biaya transportasi (Rp/orang/hari)
- BK = Biaya konsumsi selama rekreasi (Rp/orang/hari) – biaya konsumsi harian (Rp/orang/hari)
- BD = Biaya dokumentasi (Rp)
- BPR = Biaya parkir kendaraan (Rp)
- BS = Pembelian souvenir (Rp)
- BL = Biaya lain-lain (Rp)

Menurut Huda, Abidin, dan Rosanti (2022), metode biaya perjalanan atau *travel cost method* (TCM) adalah cara untuk menganalisis nilai/manfaat ekonomi suatu produk atau jasa. Pada metode TCM, nilai ekonomi dihitung dengan memperhitungkan biaya perjalanan dan waktu yang dikeluarkan oleh pengunjung dalam sekali kunjungan. Menurut Kasbuntoro, Primadini, dan Tantriningsih (2022), biaya perjalanan terdiri dari tiga jenis pendekatan, yaitu *zona travel cost*, *individual travel cost*, dan *random utility*.

a. *Zona Travel Cost*

Pendekatan dalam metode biaya perjalanan (*travel cost method*) yang menggunakan data sekunder dan mengumpulkan informasi dari pengunjung berdasarkan tempat tinggal mereka. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menaksir nilai tempat wisata dengan menganalisis perilaku pengunjung atau pengguna sebenarnya. Fokus utama dalam metode ini adalah pengelompokan wilayah asal pengunjung.

b. *Individual Travel Cost*

Metode ini bergantung pada data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistika yang kompleks. Keunggulan dari metode biaya perjalanan individu ini adalah hasilnya lebih akurat dibandingkan dengan metode zonasi (*zona travel cost*). Peneliti yang menggunakan metode ini biasanya mengevaluasi lokasi wisata dengan melakukan survei dan kuesioner langsung kepada pengunjung. Peneliti meminta informasi mengenai biaya yang diperlukan untuk sampai ke lokasi dan faktor-faktor sosial ekonomi yang memengaruhi kunjungan mereka. Menurut Warningsih *et al.* (2021), rumus *individual travel cost* (ITCM) yaitu:

$$Y = a - b_1X_1 + b_2X_2 - b_3X_3 - b_4X_4 - b_5X_5 - b_6X_6 + \mu \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan:

Y = Jumlah kunjungan

a = Intersep

b = Koefisien regresi

X₁ = Biaya perjalanan

X₂ = Pendapatan

X₃ = Usia

X₄ = Jarak

X₅ = Pendidikan

X₆ = Jenis kelamin

Menurut Fauzi (2014), manfaat tidak langsung dapat dinilai menggunakan pendekatan biaya perjalanan dengan metode *individual travel cost method* (ITCM). Persamaan metode *individual travel cost method* (ITCM) adalah sebagai berikut:

$$V_i = f(TC_{ij} \cdot X_{ij}) \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

V = Jumlah kunjungan ke obyek wisata

TC_{ij} = Biaya perjalanan wisatawan (Rupiah)

X = Variabel sosial ekonomi (pendidikan, pendapatan, usia)

i = Individu atau wisatawan yang melakukan kunjungan

j = Lokasi obyek wisata

Perbedaan utama metode *individual travel cost* (ITCM) dengan metode *zona travel cost* (ZTC) terletak pada jenis data yang digunakan.

Metode ITCM menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pengunjung. Sementara metode ZTC menggunakan data sekunder berdasarkan zona tempat tinggal pengunjung.

c. *Random Utility*

Model ini mengasumsikan adanya berbagai alternatif lokasi rekreasi yang memiliki karakteristik kualitas berbeda-beda. Setiap individu akan melakukan perbandingan antara kualitas masing-masing lokasi dengan biaya perjalanan yang diperlukan untuk menuju ke lokasi tersebut. Berdasarkan perbandingan tersebut, setiap individu akan menentukan pilihan lokasi rekreasi yang paling sesuai dengan

preferensinya. Pilihan kolektif dari seluruh individu kemudian digunakan untuk memperkirakan kurva permintaan terhadap tempat rekreasi tersebut, sehingga memudahkan analisis yang lebih akurat mengenai kebiasaan dan preferensi masyarakat dalam memilih lokasi rekreasi.

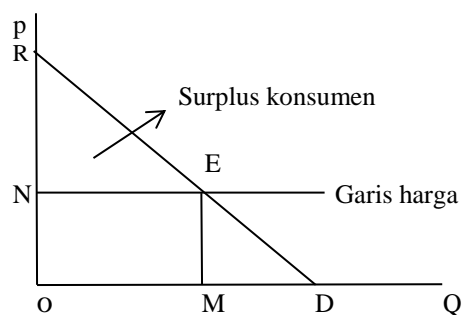
6. Nilai Ekonomi

Penilaian terhadap harga yang diberikan seseorang dapat dipahami sebagai suatu evaluasi yang diberikan pada suatu tempat dan waktu tertentu, yang mengindikasikan persepsi individu terhadap nilai suatu produk atau jasa. Menurut Anggraeni, Haryati, dan Somantri (2024), nilai merupakan bentuk utilitas yang diyakini dan diukur dalam suatu pengukuran matrik keputusan seseorang dalam mengonsumsi barang dan jasa, atau berperan dalam proses yang diperoleh melalui jasa lingkungan. Konsep nilai ini mencakup aspek kegunaan yang sebenarnya cukup kompleks untuk diukur secara sederhana, karena melibatkan preferensi, kebutuhan, dan keinginan tiap individu.

Meskipun demikian, nilai kegunaan tersebut sebagian masih dapat diturunkan dari besarnya keinginan seseorang untuk membayar barang dan jasa yang dibutuhkan. Keinginan membayar dalam konteks ini, mencerminkan seberapa besar nilai subjektif yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk atau layanan dalam kondisi tertentu. Oleh karena itu, untuk memudahkan pengukuran dan perbandingan nilai tersebut, digunakan suatu nilai ukur yang dapat diterima oleh semua pihak dalam suatu moneter. Lebih lanjut, Budiman, Sudarsono, dan Sukmono (2017), menyatakan bahwa nilai ekonomi dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu nilai pasar (barang dan jasa) dan non pasar.

Bagaimana *surplus* yang terlihat dari sumber daya alam digunakan secara maksimal, menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dalam nilai ekonomi. Oleh karena itu, dibutuhkan pengetahuan dan pemahaman

terkait kurva permintaan dan penawaran untuk menurunkan surplus menjadi lebih terperinci. Surplus konsumen disebabkan konsumen memperoleh lebih dari yang dibayarkan atau bonus, yang bersumber dari menurunnya hukum utilitas marginal. Kurva surplus konsumen dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kurva Surplus Konsumen
Sumber : Fauzi, 2014

Keterangan:

- OREM = Total utilitas/ kemampuan membayar konsumen
- ONEM = Biaya barang bagi konsumen
- NRE = Total nilai surplus konsumen

Gambar 2 menunjukkan bahwa kurva surplus konsumen dan surplus produsen merupakan representasi grafis dari interaksi antara kurva permintaan (D) dan kurva penawaran (S) dalam suatu pasar. Kesiapan membayar terletak di bawah kurva permintaan. Kurva permintaan menggambarkan jumlah yang mau dibayarkan konsumen untuk setiap unit barang yang dikonsumsi. OREM menggambarkan total utilitas yang diperoleh konsumen dari konsumsi barang tersebut, atau merupakan pengukuran dari kemauan membayar total, karena jumlah tersebut merupakan hasil penjumlahan dari nilai-nilai marginal Q dari 0 sampai M , kemudian dikurangi dengan biaya barang tersebut bagi konsumen (ONEM). Nilai surplus konsumen ditunjukkan sebagai luas segitiga NRE dan merupakan pengukuran kemauan membayar yang melebihi dari pengeluaran kas untuk konsumsi (Beni dan Manggu, 2022).

7. Persepsi

Persepsi merupakan proses seseorang memperoleh pengetahuan mengenai berbagai hal melalui pancaindra. Persepsi juga dapat diartikan sebagai bentuk penilaian individu terhadap rangsangan yang sama, yang dapat menciptakan perbedaan persepsi dalam kondisi yang berbeda. Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses di mana seseorang memberikan penilaian terhadap sesuatu hal berdasarkan rangsangan yang ditangkap oleh panca indra (Dayshandi, Handayani, dan Yaningwati, 2015).

Persepsi masyarakat dalam konteks agrowisata menurut Fauzi, Wibawanti, dan Hasanah (2024), adalah suatu proses penilaian seseorang terhadap objek tertentu berupa tanggapan yang diberikan oleh masyarakat mengenai suatu agrowisata.

Menurut Fauzi, Wibawanti, dan Hasanah (2024), persepsi masyarakat terhadap keberadaan agrowisata dilihat dari dua aspek, yaitu aspek ekonomi dan karakteristik agrowisata. Indikator persepsi masyarakat berdasarkan aspek ekonomi meliputi peningkatan pendapatan, penyerapan tenaga kerja, serta peluang usaha. Sementara itu, indikator persepsi berdasarkan aspek karakteristik agrowisata meliputi peran agrowisata dalam melestarikan budaya dan tradisi lokal, pemberian edukasi bagi pengunjung maupun masyarakat sekitar, serta penyediaan infrastruktur yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.

Menurut Kristiana, Djuharyanto, dan Putranto (2025), pengelolaan agrowisata secara aktif yang melibatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi juga merupakan faktor penting dalam membentuk persepsi masyarakat. Lebih lanjut, menurut Chon (2012), persepsi pengunjung agrowisata dianalisis berdasarkan enam indikator utama, yaitu daya tarik wisata (pesona alam dan wahana-wahana yang ada di tempat wisata), kualitas layanan (keramahan dan bantuan pengelola wisata), fasilitas (toilet, parkir, mushola, dan tempat duduk), harga (tiket dan biaya tambahan untuk wahana), nilai edukasi (pengalaman

belajar terkait pertanian), serta keberlanjutan lingkungan (penghijauan dan pengelolaan limbah). Keseluruhan indikator tersebut saling berkaitan dalam membentuk persepsi masyarakat dan pengunjung yang komprehensif terhadap keberadaan agrowisata, sehingga dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak dan nilai agrowisata tersebut.

8. Efek Berganda (*Multiplier Effect*)

Pengukuran *multiplier effect* adalah konsep penting dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan bagaimana pengeluaran tambahan yang dapat memicu pengeluaran lebih lanjut, sehingga mendorong aktivitas ekonomi di tingkat lokal. Nilai *multiplier effect* menunjukkan seberapa besar pengeluaran wisatawan dapat meningkatkan pendapatan dan aktivitas ekonomi melalui berbagai jenis dampak, yaitu dampak langsung, dampak tidak langsung, dan dampak lanjutan (Ikhsan, 2017). Ketiga dampak ini saling berkaitan dan membantu menunjukkan bagaimana peningkatan pengeluaran wisatawan dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional.

Menurut Putra, Wijayanti, dan Prasetyo (2017), *multiplier effect* adalah proses yang menjelaskan seberapa besar perubahan pendapatan nasional akibat perubahan pengeluaran agregat. Tujuan dari *multiplier* ini adalah untuk menunjukkan dampak dari kenaikan atau penurunan pengeluaran agregat terhadap keseimbangan ekonomi dan pendapatan nasional secara keseluruhan. Menurut Ismayanti (2010), *multiplier effect* terbagi menjadi tiga kategori, yaitu efek langsung (*direct effect*), efek tidak langsung (*indirect effect*) dan efek lanjutan (*induced effect*), yang digunakan untuk menghitung nilai ekonomi dan memperkirakan pendapatan ekonomi di tingkat lokal secara menyeluruh.

Menurut Ikhsan (2017), untuk menghitung nilai *multiplier effect* dari pengeluaran wisatawan, terdapat dua pendekatan utama. Pertama, yaitu

pendapatan keynesian lokal multiplier, yang mengalikan nilai pengeluaran tambahan atau pengurangan dari pengeluaran yang digandakan untuk mengetahui seberapa besar peningkatan atau penurunan pendapatan lokal. Pendekatan keynesian ini dianggap sangat efektif dalam menunjukkan dampak keseluruhan dari peningkatan pengeluaran wisata. Kedua, yaitu rasio pendapatan multiplier, yang menghitung nilai berdasarkan perubahan pendapatan langsung di ekonomi lokal dan menggandakannya untuk mengetahui total perubahan pendapatan lokal secara keseluruhan. Kedua pendekatan ini saling melengkapi untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang dampak ekonomi dari pengeluaran wisatawan.

9. Dampak Pariwisata Terhadap Ekonomi Masyarakat

Dampak adalah pengaruh yang muncul karena terjadi suatu peristiwa, dapat berupa pengaruh positif atau negatif. Dampak dalam konteks ekonomi berarti pengaruh yang timbul dari suatu kegiatan terhadap ekonomi suatu negara (Rosyidin *et al.*, 2024). Dampak ekonomi dari sektor pariwisata menurut Husna (2022), terbagi menjadi tiga jenis yaitu dampak langsung, dampak tidak langsung, dan dampak induksi. Dampak langsung adalah pengaruh langsung yang dirasakan oleh sektor yang berhubungan dengan pariwisata dan kunjungan wisatawan, sedangkan dampak tidak langsung adalah pengaruh dari sektor pendukung yang tidak berhubungan dengan wisatawan. Sementara itu, dampak induksi adalah dampak lanjutan yang timbul dari pengeluaran dan pendapatan yang diperoleh pekerja atau pengusaha di sektor pariwisata yang digunakan dalam perekonomian lokal, sehingga memicu aktivitas ekonomi lebih luas.

Menurut Lazuardina dan Ghassani (2023), dampak pariwisata terhadap perekonomian masyarakat lokal mencakup beberapa aspek penting yaitu:

- a. Pariwisata meningkatkan pendapatan masyarakat karena pengembangan sektor terkait seperti hotel, transportasi, serta usaha kecil yang berperan dalam pariwisata.

- b. Pariwisata memberikan peluang kerja langsung maupun tidak langsung, sehingga berpotensi mengurangi angka pengangguran di daerah tersebut.
- c. Pariwisata memengaruhi bagaimana manfaat ekonomi didistribusikan antara masyarakat lokal dan pihak lain, seperti investor.
- d. Pariwisata memengaruhi kepemilikan dan pengendalian ekonomi di tingkat lokal, yang berdampak pada struktur ekonomi sektor terkait.
- e. Pariwisata berkontribusi terhadap pembangunan masyarakat, seperti perbaikan infrastruktur, peningkatan kualitas hidup, serta pengembangan sumber daya manusia.
- f. Pariwisata juga memberikan dampak terhadap pendapatan pemerintah melalui pajak, retribusi, dan sumber pendapatan lainnya.

Dampak total ekonomi dari pariwisata mencakup pengaruh langsung maupun tidak langsung, yang dapat diukur dari pengeluaran bruto, nilai penjualan, pendapatan, jumlah tenaga kerja, serta nilai tambah. Namun, di samping dampak positif, pariwisata juga menyebabkan dampak negatif seperti tekanan pada penduduk karena banyaknya pendatang, berkembangnya komersialisasi, meningkatnya pola hidup konsumtif, serta gangguan lingkungan. Dampak negatif lainnya yaitu lingkungan dapat tercemar, lahan pertanian berkurang, dan masyarakat lokal terancam. Permasalahan tersebut perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Husna, 2022).

10. Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Masyarakat

Pertumbuhan populasi memengaruhi sektor pariwisata melalui interaksi antara tiga unsur utama, yaitu wisatawan, masyarakat, dan hubungan antara keduanya. Menurut Lazuardina dan Ghassani (2023), dampak sosial terasa ketika terjadi interaksi langsung antara wisatawan dengan masyarakat, misalnya ketika wisatawan membeli produk dari masyarakat sesuai dengan kebutuhannya, sehingga menimbulkan berbagai tuntutan yang harus dipenuhi oleh masyarakat. Selain itu, pariwisata juga

mengubah hubungan yang sebelumnya bersifat informal menjadi transaksi komersial, di mana pengusaha pariwisata mengatur sikap spontanitas masyarakat agar lebih terstruktur dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Selanjutnya, interaksi tatap muka antara wisatawan dan masyarakat memungkinkan pertukaran informasi dan ide, sehingga dapat memicu lahirnya gagasan-gagasan baru yang memperkaya budaya setempat dan pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dampak sosial dalam pariwisata merupakan hasil dari proses interaktif yang saling memengaruhi antar ketiga unsur tersebut.

Menurut Lazuardina dan Ghassani (2023), dampak pariwisata terhadap kondisi sosial masyarakat sekitar dikelompokkan menjadi sepuluh kelompok besar yaitu:

- a. Dampak terhadap hubungan dan keterlibatan masyarakat setempat dengan masyarakat luas, termasuk tingkat kemandirian atau ketergantungan mereka
- b. Dampak terhadap hubungan antar-individu di dalam masyarakat
- c. Dampak terhadap dasar-dasar organisasi dan lembaga sosial
- d. Dampak terhadap perpindahan penduduk keluar dan masuk daerah pariwisata
- e. Dampak terhadap pola kehidupan sosial sehari-hari masyarakat
- f. Dampak terhadap cara pembagian tugas dalam masyarakat
- g. Dampak terhadap stratifikasi dan kemampuan bergerak sendiri
- h. Dampak terhadap cara pengaruh dan kekuasaan didistribusikan
- i. Dampak terhadap meningkatnya tindakan-tindakan tidak sesuai norma sosial
- j. Dampak terhadap bidang seni dan adat istiadat masyarakat

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian sangat dibutuhkan, bertujuan sebagai referensi untuk menjadi bahan pembandingan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hasil identifikasi terhadap penelitian terdahulu menunjukkan adanya sejumlah persamaan maupun perbedaan dengan penelitian ini. Umumnya, penelitian sebelumnya melakukan analisis persepsi pengunjung dan masyarakat secara terpisah dari analisis nilai ekonomi dan dampak sosial ekonomi wisata. Contohnya, penelitian yang dilakukan Febranadya, Pancawati, dan Krisdianto (2022) telah menganalisis persepsi pengunjung, namun belum menganalisis aspek persepsi masyarakat terhadap destinasi wisata. Sebaliknya, penelitian ini mengintegrasikan analisis tersebut secara bersamaan untuk mengetahui keterkaitan antara persepsi pengunjung dengan nilai ekonomi wisata, serta hubungan persepsi masyarakat dengan dampak sosial ekonomi dari wisata tersebut. Perbedaan mendasar juga terletak pada teknik pengambilan sampel, di mana penelitian terdahulu menggunakan metode *accidental sampling*, sementara penelitian ini menggunakan metode *random sampling*. Uraian mengenai kajian penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu

| No. | Judul/Peneliti/Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|--|--|---|---|
| 1. | Analisis Nilai Ekonomi Obyek Wisata Alam Karang Sewu di Kawasan Taman Nasional Bali Barat, Kabupaten Jembrana, Bali Barat. (Semarang, Siahaya, dan Sahureka, 2025). | Menghitung dan mengevaluasi nilai ekonomi Obyek Wisata Alam Karang Sewu melalui penerapan <i>Travel Cost Method</i> (TCM). | Analisis data yang digunakan yaitu <i>Travel Cost Method</i> (TCM), untuk mengukur nilai ekonomi wisata berdasarkan pengeluaran pengunjung. | Obyek Wisata Alam Karang Sewu memiliki nilai ekonomi yang signifikan berdasarkan aktivitas kunjungan wisata. Total pengeluaran yang dikeluarkan oleh 80 responden selama kunjungan tercatat sebesar Rp22.842.000 per bulan, yang apabila dihitung untuk satu tahun, menghasilkan nilai ekonomi tahunan sebesar Rp274.104.000. Rata-rata biaya perjalanan per orang sebesar Rp285.525 menandakan bahwa destinasi ini cukup terjangkau. |
| 2. | Valuasi Ekonomi Ekowisata Hutan Meranti dengan Pendekatan <i>Travel Cost Method</i> (TCM) di Desa Sebelimbingan Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru. (Sari, Pitri, dan Fithria, 2023). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis besar biaya yang dibutuhkan untuk mengunjungi Ekowisata Hutan Meranti, 2. Menganalisis surplus konsumen yang dimiliki oleh Ekowisata Hutan Meranti. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis regresi linier berganda dan <i>Individual Travel Cost Method</i>. 2. Analisis surplus konsumen menggunakan nilai ekonomi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Besar biaya yang dibutuhkan untuk mengunjungi Ekowisata Hutan Meranti Kabupaten Kotabaru di dapatkan rata-rata senilai Rp267.760 per individu, biaya paling rendah dikeluarkan oleh responden senilai Rp10.000 yang berasal dari daerah Kotabaru, sedangkan biaya tertinggi yaitu senilai Rp637.000. Angka total ekonomi yang didapatkan yaitu |

Tabel 3. Lanjutan

| No. | Judul/Peneliti/Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|---|---|
| | | | | <p>senilai Rp807.244.513,92 per tahun.</p> <p>2. Ekowisata Hutan Meranti Kotabaru memiliki surplus konsumen senilai Rp323.415,27 per individu per kunjungan.</p> |
| 3. | <p>Valuasi Ekonomi untuk Obyek Wisata di Pantai Menganti Kebumen Jawa Tengah. (Ayuditya dan Khoirudin, 2022).</p> | <p>1. Mengetahui dan menganalisa pengaruh variabel biaya perjalanan, tingkat pendapatan, akses, fasilitas dalam jumlah kunjungan di Pantai Menganti.</p> <p>2. Mengetahui besarnya nilai ekonomi Pantai Menganti berdasarkan metode TCM (<i>travel cost method</i>) dan mengetahui kesediaan pengunjung membayar tiket di Pantai Menganti.</p> | <p>1. Analisis regresi linear berganda, untuk mencari variabel yang berpengaruh terhadap tingkat kunjungan di Pantai Menganti.</p> <p>2. Analisis menggunakan metode <i>Individual Travel Cost</i>.</p> | <p>1. Variabel biaya perjalanan dan pendapatan merupakan variabel yang tidak berpengaruh signifikan (negatif), sedangkan variabel akses dan fasilitas merupakan variabel yang berpengaruh signifikan (positif) terhadap jumlah kunjungan di Pantai Menganti.</p> <p>2. Hasil perhitungan valuasi ekonomi Pantai Menganti dengan pendekatan biaya perjalanan individu adalah sebesar Rp1.366.820.250.200 per tahun, disertai dengan kesediaan membayar yang dikorbankan pengunjung sebanyak Rp30.714 per pengunjung.</p> |

Tabel 3. Lanjutan

| No. | Judul/Peneliti/Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|---|---|--|
| 4. | Valuasi Ekonomi Wisata Pulau Rupert Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau dengan Metode <i>Travel Cost Method</i> . (Warningsih <i>et al.</i> , 2021). | Mengestimasi nilai ekonomi yang diperoleh dari nilai surplus konsumen dengan metode <i>individual travel cost method</i> (ITCM). | Analisis data dengan menggunakan <i>individual travel cost method</i> (ITCM). | Biaya rata-rata perjalanan wisatawan sebesar Rp533.636,00 per kunjungan. Nilai ekonomi wisata Pulau Rupert adalah Rp1.507.554.457,51 dengan nilai surplus konsumen yang diperoleh sebesar Rp427.140,43 per individu per kunjungan. |
| 5. | Valuasi Nilai Ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi menggunakan Metode Biaya Perjalanan. (Febranadya, Pancawati, dan Krisdianto, 2022). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui persepsi pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi. 2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan wisata. 3. Mengestimasi nilai ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi berdasarkan metode biaya perjalanan (<i>travel cost method</i>). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis menggunakan skala <i>likert</i> untuk mengkaji persepsi pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi. 2. Analisis regresi linear berganda untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan wisata. 3. Metode biaya perjalanan (<i>travel cost method</i>) untuk mengestimasi nilai ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengunjung memiliki persepsi yang baik terhadap Agrowisata Bukit Waruwangi. Panorama yang indah menjadi daya tarik utama, didukung dengan fasilitas dan layanan yang relatif baik. 2. Permintaan wisata Agrowisata Bukit Waruwangi secara signifikan dipengaruhi oleh biaya perjalanan, tingkat pendidikan, dan jarak tempuh. 3. Kegiatan wisata di Agrowisata Bukit Waruwangi menghasilkan surplus konsumen sebesar Rp18.266 per individu per kunjungan, sedangkan nilai ekonomi wisata Agrowisata Bukit |

Tabel 3. Lanjutan

| No. | Judul/Peneliti/Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|--|---|
| 6. | Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan <i>Contingent Valuation Method</i> dan <i>Travel Cost Method</i> . (Setyawan, Fachruddin, dan Susanto, 2020). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menghitung nilai valuasi ekonomi dari kegiatan wisata memancing di Tanjung Kait. 2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan wisata di Tanjung Kait. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis menggunakan <i>travel cost method</i> (TCM) dan <i>contingent valuation method</i> (CVM). 2. Analisis menggunakan regresi linear untuk menentukan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan wisata. | <p>Waruwangi diperkirakan sebesar Rp1.232.955,000 selama periode September 2019 hingga Februari 2020, atau mencapai Rp2.465.900.000 per tahun.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai ekonomi wisata memancing di Tanjung Kait berdasarkan pendekatan TCM dapat mencapai angka sebesar Rp3.272.524.846/tahun. Penyumbang terbesar dari nilai ekonomi ini adalah wisatawan yang berasal dari Tangerang. Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan adalah faktor pendidikan dan faktor lamanya kunjungan. 2. Nilai ekonomi wisata memancing di Tanjung Kait berdasarkan pendekatan CVM mencapai angka sebesar Rp2.254.934.539/tahun. Faktor-faktor yang memengaruhi nilai kesediaan untuk membayar adalah faktor pendidikan. |

Tabel 3. Lanjutan

| No. | Judul/Peneliti/Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|--|---|--|--|
| 7. | Valuasi Ekonomi pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan dengan Metode Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>). (Huda, Abidin, dan Rosanti, 2022). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis biaya perjalanan wisatawan Curug Gangsa. 2. Mengkaji faktor yang berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan wisata Curug Gangsa. 3. Menganalisis nilai ekonomi wisata Curug Gangsa berdasarkan metode biaya perjalanan individu (<i>individual travel cost method</i>). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya perjalanan dianalisis dengan menjumlahkan seluruh pengeluaran wisatawan dalam satu kali kunjungan dan menghitung biaya rata-rata wisatawan. 2. Analisis menggunakan metode biaya perjalanan individu. 3. Analisis menggunakan regresi linear untuk mengetahui frekuensi kunjungan ke wisata Curug Gangsa. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan Curug Gangsa rata-rata sebesar Rp108.363,57 per individu per kunjungan. Biaya perjalanan terbesar terdapat pada konsumsi yaitu Rp58.450,29 atau 53,94% dari total biaya. 2. Faktor yang berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan wisata Curug Gangsa adalah biaya perjalanan (<i>travel cost</i>), usia, sarana prasarana, dan hari kunjungan, sedangkan pendapatan dan pendidikan tidak mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata Curug Gangsa. 3. Nilai ekonomi wisata Curug Gangsa dengan metode biaya perjalanan sebesar Rp2.338.863.463 per tahun. |
| 8. | Valuasi Ekonomi dan Dampak Wisata Pantai Tanjung Pasir terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar di. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Pantai Tanjung Pasir. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis menggunakan regresi linier berganda. 2. Analisis menggunakan metode biaya perjalanan untuk mengestimasi nilai ekonomi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan wisata Pantai Tanjung Pasir yaitu jarak, umur, pendapatan, biaya perjalanan, sarana dan prasarana. |

Tabel 3. Lanjutan

| No. | Judul/Peneliti/Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|---|---|
| | Kabupaten Tangerang (Futakhah, Prasmatiwi, dan Marlina, 2024). | <ol style="list-style-type: none"> Menganalisis nilai ekonomi wisata Pantai Tanjung Pasir. Menganalisis dampak sosial ekonomi wisata Pantai Tanjung Pasir terhadap masyarakat sekitar. | <ol style="list-style-type: none"> dengan menghitung surplus konsumen per individu per tahun. Metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan <i>keynesian multiplier effect</i> dan <i>ratio income multiplier</i>. | <ol style="list-style-type: none"> Nilai ekonomi Pantai Tanjung Pasir dengan pendekatan <i>travel cost</i> adalah Rp44.801.325.052 per tahun atau sebesar Rp597.351,00 per hektar per tahun. Nilai efek pengganda (<i>keynesian multiplier effect</i>) adalah 0,04, <i>ratio income multiplier</i> tipe 1 adalah sebesar 1,60 dan <i>ratio income multiplier</i> tipe 2 adalah 2,02. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisata Pantai Tanjung Pasir masih mempunyai dampak ekonomi yang rendah. |
| 9. | Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. (Hardiyanti dan Subari, 2020). | <ol style="list-style-type: none"> Menganalisis nilai manfaat langsung Pantai Pasir Putih Dalegan. Menganalisis nilai manfaat tidak langsung Pantai Pasir Putih Dalegan. Menganalisis nilai total ekonomi dari Wisata Pantai Pasir Putih Dagelan. | <ol style="list-style-type: none"> Analisis valuasi ekonomi dari manfaat langsung dan manfaat tidak langsung dengan menggunakan metode ITCM (<i>Individual Travel Cost Method</i>). | <ol style="list-style-type: none"> Nilai manfaat langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik sebesar Rp301.800,00 per tahun. Nilai manfaat tidak langsung Wisata Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik diperoleh dari nilai surplus Konsumen Rp251.000 dikalikan pengunjung (253.343 orang), sehingga diperoleh total nilai manfaat tidak langsung sebesar Rp63.589.093.000,00 per tahun. |

Tabel 3. Lanjutan

| No. | Judul/Peneliti/Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|---|--|
| 10. | Analisis Dampak Ekonomi Wisata Hiu Paus terhadap Pendapatan Masyarakat Batubarani Gorontalo. (Wolok, 2016). | Menganalisis dampak wisata Hiu Paus terhadap pendapatan masyarakat Desa Batubarani Provinsi Gorontalo. | Analisis menggunakan efek pengganda (<i>multiplier</i>) yaitu <i>keynesian local income multiplier</i> dan <i>ratio income multiplier</i> , dari arus uang yang terjadi | Dampak ekonomi wisata Hiu Paus terhadap pendapatan masyarakat di Desa Batubarani telah memberikan dampak ekonomi kepada masyarakat walaupun dampak yang dirasakan berada pada kategori rendah dan belum dirasakan secara merata oleh masyarakat. Nilai <i>keynesian income multiplier</i> adalah 1,52, <i>ratio income multiplier</i> tipe I adalah 1,61 dan <i>ratio income multiplier</i> tipe II adalah 1,97. |

C. Kerangka Pemikiran

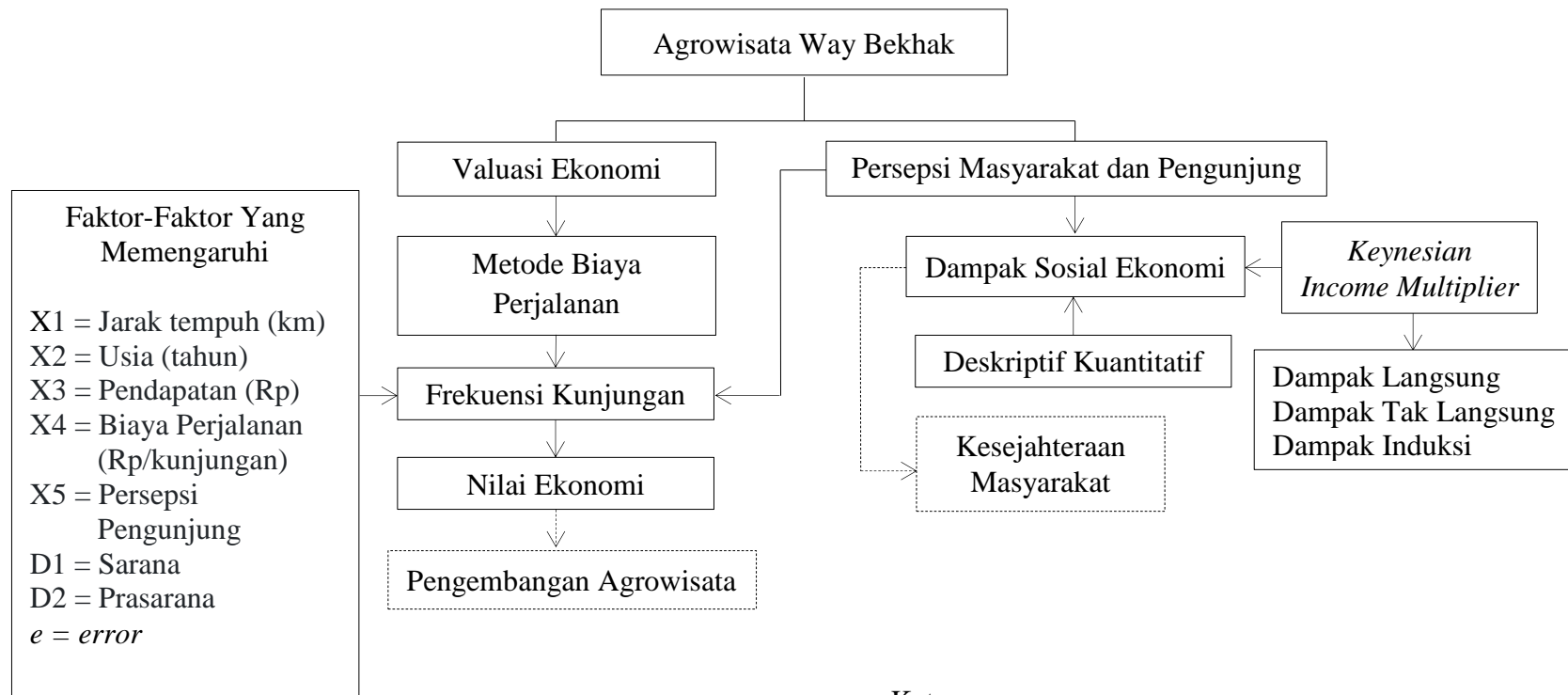
Way bekhak sebagai salah satu destinasi wisata memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama di bidang agrowisata. Namun, agar tetap bisa mempertahankan eksistensinya di sektor pariwisata yang semakin kompetitif, diperlukan upaya pengembangan dan pengoptimalan yang berkelanjutan. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah dengan memerhatikan bagaimana persepsi masyarakat sekitar dan pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak, sehingga pengelola dapat menilai sejauh mana daya tarik, pelayanan, dan fasilitas yang tersedia mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengunjung. Hasil analisis ini dapat menjadi dasar untuk pengelolaan yang lebih baik, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki infrastruktur, serta mengoptimalkan potensi lokal agar mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih menyenangkan dan berkesan.

Analisis persepsi masyarakat sekitar dan pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif, yang fokus pada pemahaman mendalam mengenai pandangan dan pengalaman mereka. Penelitian ini mencakup dua aspek utama, yaitu perubahan sosial yang terjadi di masyarakat akibat adanya agrowisata, serta aspek keindahan, keamanan, dan kenyamanan yang dirasakan oleh pengunjung. Pendekatan ini diharapkan, bisa memberikan hasil yang berguna sebagai dasar penting untuk pengembangan Agrowisata Way Bekhak agar lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Keberadaan agrowisata ini tentu memberikan suatu nilai yang berpengaruh pada perekonomian masyarakat sekitar. Nilai ekonomi agrowisata dapat diketahui dengan melakukan valuasi ekonomi menggunakan *travel cost method* (TCM), melalui perhitungan biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai ke agrowisata tersebut. Biaya perjalanan mencakup biaya transportasi, parkir, tiket masuk, konsumsi, sewa gazebo, sewa wahana, dan juga biaya toilet. Valuasi ekonomi Agrowisata Way Bekhak dihitung per tahun berdasarkan jumlah pengunjung yang dipengaruhi oleh faktor-faktor

seperti jarak, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, persepsi pengunjung, fasilitas dan prasarana yang tersedia.

Agrowisata Way Bekhak menciptakan aktivitas ekonomi selama pengoperasiannya, karena terjadi interaksi antara masyarakat setempat dengan pengunjung. Interaksi ini terjadi ketika masyarakat menyediakan berbagai fasilitas berupa barang dan jasa kepada pengunjung. Pengunjung harus mengeluarkan sejumlah uang (membayar) untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Hal ini memberi peluang usaha baru bagi masyarakat sekitar. Artinya keberadaan Agrowisata Way Bekhak dapat memberikan dampak langsung, tidak langsung, maupun dampak lanjutan terhadap perekonomian masyarakat lokal. Dampak ekonomi tersebut akan diukur menggunakan konsep *keynesian income multiplier*. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Keterangan:

- = Diteliti
- = Tidak diteliti
- = Garis analisis
- = Garis pemikiran

Gambar 3. Diagram alir valuasi ekonomi dan dampak sosial ekonomi Agrowisata Way Bekhak

D. Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 = 0$

Variabel jarak, usia, pendapatan, biaya perjalanan, persepsi pengunjung, sarana, dan prasarana diduga tidak berpengaruh nyata terhadap variabel frekuensi kunjungan di Agrowisata Way Bekhak Kabupaten Tanggamus.

2. $H_1 \neq 0$

Variabel jarak, usia, pendapatan, biaya perjalanan, persepsi pengunjung, sarana, dan prasarana diduga berpengaruh nyata terhadap variabel frekuensi kunjungan di Agrowisata Way Bekhak Kabupaten Tanggamus.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian tentang Valuasi Ekonomi dan Dampak Agrowisata Way Bekhak di Kabupaten Tanggamus terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal menggunakan metode survei. Menurut Maidiana (2021), metode survei adalah cara penelitian yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel tertentu dengan cara mengajukan pertanyaan melalui wawancara. Informasi yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan berbagai aspek yang ada dalam kelompok populasi secara menyeluruh. Pelaksanaan metode survei ini menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Tujuan utama menggunakan metode survei dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi yang ada secara jelas dan mendalam, serta memudahkan dilakukannya analisis yang komprehensif terhadap data yang telah dikumpulkan.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Agrowisata mencakup semua aktivitas rekreasi yang juga bertindak sebagai wadah belajar bagi pengunjung, bertujuan agar pengunjung dapat lebih memahami proses produksi pertanian mulai dari awal hingga akhir.

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan atau kunjungan sementara ke tempat lain di luar rumahnya sehari-hari, dengan tujuan tertentu dan tidak menerima penghasilan tetap di tempat yang dikunjungi.

Persepsi adalah penilaian seseorang terhadap sesuatu hal berdasarkan rangsangan yang ditangkap oleh pancaindra, sedangkan dalam konteks agrowisata persepsi masyarakat adalah penilaian seseorang terhadap objek tertentu, berupa tanggapan yang diberikan oleh masyarakat mengenai suatu agrowisata.

Permintaan adalah keinginan konsumen untuk membeli barang dalam berbagai harga selama jangka waktu tertentu. Permintaan dalam industri pariwisata mencakup berbagai fasilitas atau produk yang berbeda.

Valuasi ekonomi adalah cara menghitung nilai dalam bentuk angka untuk barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan, baik berdasarkan nilai pasar maupun nilai yang tidak diukur dengan uang.

Metode biaya perjalanan atau *travel cost method* adalah metode yang digunakan untuk menghitung nilai ekonomi dari aktivitas wisata di suatu tempat agrowisata, mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung dalam satu kali kunjungan wisata.

Nilai ekonomi adalah nilai atau harga yang dirasakan oleh wisatawan/pengunjung atas manfaat tidak langsung dari Agrowisata Way Bekhak, yang diperoleh dari perkalian surplus konsumen/individu/tahun dengan rata-rata kunjungan/tahun.

Efek berganda atau *multiplier effect* adalah proses yang menjelaskan seberapa besar perubahan pendapatan nasional akibat perubahan pengeluaran agregat.

Dampak ekonomi berarti pengaruh yang timbul dari suatu kegiatan terhadap ekonomi suatu daerah. Dampak ekonomi dari sektor pariwisata terbagi menjadi tiga jenis yaitu dampak langsung, tidak langsung, dan induksi.

Dampak sosial terasa ketika terjadi interaksi langsung antara wisatawan dengan masyarakat sekitar, misalnya ketika wisatawan membeli produk dari

masyarakat sesuai dengan kebutuhannya, sehingga menimbulkan berbagai tuntutan yang harus dipenuhi oleh masyarakat.

Batasan operasional dari variabel yang diukur dalam penelitian yang berhubungan dengan frekuensi kunjungan Agrowisata Way Bekhak dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Definisi operasional variabel

| No. | Variabel | Definisi | Satuan |
|-----|-------------------------|--|----------------|
| 1 | Biaya perjalanan | Biaya total yang dikeluarkan oleh pengunjung secara tunai dalam satu kali kunjungan wisata. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, konsumsi, parkir, tiket masuk, biaya toilet umum, biaya sewa gazebo, biaya sewa pelampung, dan biaya lain-lain | Rp/kunjungan |
| 2 | Frekuensi kunjungan | Jumlah kunjungan pengunjung ke wisata | Kali/tahun |
| 3 | Umur | Usia pengunjung saat melakukan wawancara (kriteria ≥ 17 tahun) | Tahun |
| 4 | Pendidikan | Pendidikan formal terakhir yang ditempuh pengunjung | Tahun |
| 5 | Pendapatan | Jumlah total gaji atau uang saku yang diterima oleh pengunjung Way Bekhak | Rp/bulan |
| 6 | Jarak | Jarak dari tempat tinggal pengunjung untuk sampai ke lokasi wisata | Kilometer (km) |
| 7 | Lama perjalanan | Waktu yang dibutuhkan pengunjung untuk sampai ke lokasi wisata | Jam |
| 8 | Dampak ekonomi langsung | Dampak yang disebabkan oleh aktivitas ekonomi antara masyarakat sekitar pemilik unit usaha dengan pengunjung | Rupiah (Rp) |

Tabel 4. Lanjutan

| No. | Variabel | Definisi | Satuan |
|-----|-----------------------------|---|-------------|
| 9 | Dampak ekonomi tak langsung | Dampak yang diperoleh dari pengeluaran unit usaha di wisata untuk menjalankan usahanya kembali | Rupiah (Rp) |
| 10 | Dampak ekonomi lanjutan | Dampak yang diperoleh berdasarkan pengeluaran yang dikeluarkan oleh tenaga kerja lokal di sekitar tempat wisata | Rupiah (Rp) |
| 11 | Sarana dan prasarana | Fasilitas dan peralatan yang terdapat pada tempat wisata serta dapat dimanfaatkan oleh pengunjung | Unit |

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan di Agrowisata Way Bekhak, Desa Sukaraja, Kecamatan Gunung Alip, Kabupaten Tanggamus yang dipilih secara *purposive*. Waktu pengambilan data dilakukan pada bulan November 2025 sampai bulan Desember 2025. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Fachreza *et al.*, 2024). Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* secara *simple random sampling*. Artinya pengambilan anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Teknik penentuan responden dalam penelitian ini akan ditentukan dengan melakukan pengundian pada 12 gazebo menggunakan undian. Pengundian nomor gazebo akan dilakukan setiap kali pengumpulan data, jika saat diundi nomor gazebo yang keluar kosong (tidak ditempati pengunjung) maka akan dilakukan pengundian ulang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Agrowisata Way Bekhak, dengan kriteria pengunjung yaitu pernah berkunjung ke agrowisata minimal

satu kali dan bersedia menjadi responden. Responden yang digunakan adalah pengunjung Agrowisata Way Bekhak yang sudah bekerja dan memiliki pendapatan (bukan uang saku), serta telah berusia 17 tahun karena pada usia ini responden dianggap sudah mampu mengambil keputusan dan melakukan perjalanan wisata karena kemauannya sendiri. Total pengunjung Way Bekhak dari tahun 2020 hingga tahun 2024 adalah 28.893 orang, sehingga diperoleh rata-rata pengunjung yaitu 5.778,6 dibulatkan menjadi 5.779 orang. Penentuan ukuran sampel pengunjung dalam penelitian ini menggunakan rujukan rumus Issac dan Michael (1982), yaitu:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2+z^2S^2} \dots\dots\dots(8)$$

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)

Perhitungan sampel pengunjung pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{5.779 (1,96)^2 (0,05)}{5.779 (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,05)}$$

$$n = 75,8 \approx 76 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh jumlah pengunjung yang akan dijadikan responden pada penelitian ini adalah 76 orang. Selain pengunjung Agrowisata Way Bekhak, responden yang juga digunakan dalam penelitian ini adalah tenaga kerja dan unit usaha. Metode pengambilan sampel pada unit usaha dan tenaga kerja, adalah *purposive sampling*. Metode ini dilakukan secara sengaja dengan memilih responden penelitian berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2013). Jumlah sampel untuk unit usaha yaitu 7 orang, sedangkan sampel tenaga kerja yaitu 5 orang. Jadi, total responden yang akan digunakan dalam penelitian Valuasi Ekonomi dan Dampak Agrowisata Way Bekhak di Kabupaten Tanggamus terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal adalah 88 responden.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data penelitian yang diambil secara langsung oleh peneliti, melalui metode wawancara menggunakan kuesioner terhadap pengunjung Agrowisata Way Bekhak. Data ini terdiri dari data kuantitatif (berupa angka) dan data kualitatif untuk menjelaskan dan melengkapi data kuantitatif, sehingga analisis data menjadi lebih mudah. Selain diperoleh dari pengunjung, data primer juga diperoleh dari pengelola Way Bekhak berupa data jumlah pengunjung. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang telah dipublikasikan, yang dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai referensi jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang serupa.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013), valid berarti alat ukur dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukur hal yang seharusnya diukur. Sementara itu, Machali (2021) menjelaskan bahwa validitas berasal dari kata *validity* yang berarti kebenaran atau keabsahan. Validitas juga bisa diartikan sebagai kondisi yang menunjukkan seberapa baik alat ukur mampu mengukur hal yang diukur. Alat ukur yang kurang valid memiliki validitas rendah sehingga data yang diperoleh kurang bisa dipercaya. Sebaliknya, alat ukur yang valid memiliki validitas tinggi, sehingga data yang didapat lebih akurat dan dapat dipercaya.

Uji validitas dapat dilakukan dengan metode *correlate bivariate*, yaitu dengan menghubungkan pernyataan setiap item dengan total skor tiap variabel, sesuai dengan skala yang digunakan. Hasil uji validitas dapat dilihat melalui nilai output pada tabel *correlation* di bagian kolom total, yaitu nilai r_{hitung} setiap item dan membandingkannya dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai $p-value < \alpha (0,05)$, maka item

pertanyaan dalam kuesioner dianggap valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau nilai $p-value > \alpha$ (0,05), maka item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid (Machali, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013), alat penelitian yang reliabel adalah alat yang jika digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama, hasilnya tetap serupa. Sementara itu, menurut Machali (2021), reliabilitas berasal dari kata *reliable* yang artinya bisa dipercaya, atau konsistensi. Alat penelitian dikatakan memiliki reliabilitas tinggi jika hasil pengukurannya konsisten terhadap hal yang ingin diukur. Pengujian reliabilitas alat penelitian dapat menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Penentuan apakah alat penelitian reliabel atau tidak biasanya dilihat dari nilai *cronbach's alpha* pada hasil uji statistik reliabilitas. Jika nilai koefisien *cronbach's alpha* $> 0,6$ maka hasil pengukuran kuesioner dianggap reliabel, sedangkan jika nilai koefisien *cronbach's alpha* $< 0,6$ maka hasilnya dianggap tidak reliabel (Hildawati *et al.*, 2024).

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas diperoleh dari perhitungan menggunakan program SPSS *Statistics 25* dengan jumlah sampel uji sebanyak 30 sampel. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan pada indikator pertanyaan persepsi pengunjung terhadap agrowisata yang terdiri dari, daya tarik (X1), kualitas layanan (X2), fasilitas (X3), harga (X4), nilai edukasi (X5), dan keberlanjutan lingkungan (X6). Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan hasil uji validitas untuk seluruh indikator pertanyaan pada setiap variabel memiliki nilai r_{hitung} yang berkisar antara 0,470 hingga 0,874. Jika dibandingkan dengan nilai r_{tabel} untuk $n = 30$ pada taraf signifikansi 5% yaitu 0,361, maka seluruh butir pertanyaan memiliki

nilai r hitung $>$ r tabel. Artinya seluruh instrumen penelitian mengenai persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini

Tabel 5. Hasil uji validitas

| Variabel | Indikator | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-------------------------------|-----------|----------|---------|------------|
| Daya Tarik (X1) | X1.1 | 0,687 | 0,361 | Valid |
| | X1.2 | 0,700 | 0,361 | Valid |
| | X1.3 | 0,684 | 0,361 | Valid |
| | X1.4 | 0,737 | 0,361 | Valid |
| Kualitas Layanan (X2) | X2.1 | 0,707 | 0,361 | Valid |
| | X2.2 | 0,874 | 0,361 | Valid |
| | X2.3 | 0,771 | 0,361 | Valid |
| | X2.4 | 0,470 | 0,361 | Valid |
| Fasilitas (X3) | X3.1 | 0,611 | 0,361 | Valid |
| | X3.2 | 0,804 | 0,361 | Valid |
| | X3.3 | 0,755 | 0,361 | Valid |
| | X3.4 | 0,770 | 0,361 | Valid |
| Harga (X4) | X4.1 | 0,854 | 0,361 | Valid |
| | X4.2 | 0,848 | 0,361 | Valid |
| | X4.3 | 0,729 | 0,361 | Valid |
| | X4.4 | 0,720 | 0,361 | Valid |
| Nilai Edukasi (X5) | X5.1 | 0,528 | 0,361 | Valid |
| | X5.2 | 0,799 | 0,361 | Valid |
| | X5.3 | 0,855 | 0,361 | Valid |
| | X5.4 | 0,825 | 0,361 | Valid |
| Keberlanjutan Lingkungan (X6) | X6.1 | 0,617 | 0,361 | Valid |
| | X6.2 | 0,855 | 0,361 | Valid |
| | X6.3 | 0,738 | 0,361 | Valid |
| | X6.4 | 0,546 | 0,361 | Valid |

Setelah melalui uji validitas, instrumen penelitian mengenai persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak kemudian diuji tingkat keandalannya melalui uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas yang menunjukkan nilai *cronbach's alpha* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6. Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* yang berada di ambang batas standar (0,60), dengan rentang nilai antara 0,644 hingga 0,792. Artinya seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi yang baik,

sehingga dapat diandalkan untuk mengukur persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak secara berulang dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil uji reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-------------------------------|------------------|------------|
| Daya Tarik (X1) | 0,644 | Reliabel |
| Kualitas Layanan (X2) | 0,675 | Reliabel |
| Fasilitas (X3) | 0,709 | Reliabel |
| Harga (X4) | 0,792 | Reliabel |
| Nilai Edukasi (X5) | 0,749 | Reliabel |
| Keberlanjutan Lingkungan (X6) | 0,648 | Reliabel |

F. Metode Analisis Data

1. Analisis Persepsi Pengunjung dan Masyarakat

Tujuan pertama pada penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013), skala *likert* digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Variabel yang ingin diukur dibagi lagi menjadi indikator-indikator, sehingga menjadi dasar dalam membuat pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen. Setiap pertanyaan dalam instrumen memiliki opsi jawaban yang beragam, mulai dari sangat positif hingga sangat negatif. Klasifikasi skor dari variabel persepsi menurut Sugiyono (2013), dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Klasifikasi skor variabel persepsi pengunjung dan masyarakat terhadap Agrowisata Way Bekhak

| Kategori | Bobot Nilai |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Netral (N) | 3 |
| Setuju (S) | 4 |
| Sangat Setuju (SS) | 5 |

Sumber: Sugiyono, 2013

Pengukuran persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak dilakukan berdasarkan enam indikator, yaitu daya tarik agrowisata, kualitas layanan, fasilitas, harga, nilai edukasi, dan keberlanjutan lingkungan. Rincian enam indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi pengunjung terhadap agrowisata dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Indikator persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak

| No | Indikator | Nilai | | | | |
|------------------------------|--|-------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Daya Tarik Agrowisata | | | | | | |
| 1 | Agrowisata Way Bekhak memiliki pemandangan alam yang indah dan menarik | | | | | |
| 2 | Aktivitas agrowisata yang ditawarkan beragam dan menarik untuk dikunjungi | | | | | |
| 3 | Lokasi Agrowisata Way Bekhak mudah dijangkau dan memiliki akses transportasi yang baik | | | | | |
| 4 | Keberadaan tanaman selada air meningkatkan daya tarik agrowisata | | | | | |
| Kualitas Layanan | | | | | | |
| 5 | Petugas atau pengelola agrowisata memberikan pelayanan yang ramah dan sopan | | | | | |
| 6 | Informasi yang disampaikan oleh pihak pengelola jelas dan mudah dipahami | | | | | |
| 7 | Keamanan pengunjung terjamin selama berada di area wisata | | | | | |
| 8 | Kenyamanan pengunjung terjamin selama berada di area wisata | | | | | |
| Fasilitas | | | | | | |
| 9 | Fasilitas umum (toilet, area parkir, dan gazebo) tersedia dengan kondisi baik | | | | | |
| 10 | Fasilitas pendukung seperti tempat makan, <i>spot</i> foto, dan tempat ibadah memadai | | | | | |
| 11 | Kebersihan fasilitas di Way Bekhak selalu terjaga dengan baik | | | | | |
| 12 | Fasilitas yang tersedia telah sesuai dengan kebutuhan pengunjung | | | | | |
| Harga | | | | | | |
| 13 | Harga tiket masuk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan | | | | | |
| 14 | Biaya parkir dan fasilitas tambahan terjangkau | | | | | |
| 15 | Harga jual selada air di lokasi Agrowisata Way Bekhak terjangkau | | | | | |

Tabel 8. Lanjutan

| No | Indikator | Nilai | | | | |
|---------------------------------|---|-------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | Wisata Way Bekhak memberikan nilai yang sepadan dengan uang yang dikeluarkan | | | | | |
| Nilai Edukasi | | | | | | |
| 17 | Kegiatan wisata di Way Bekhak memberikan pengetahuan tentang alam dan lingkungan | | | | | |
| 18 | Agrowisata Way Bekhak mengenalkan budaya dan kearifan lokal kepada pengunjung | | | | | |
| 19 | Kegiatan agrowisata di Way Bekhak memberikan pengetahuan tentang cara budidaya selada air | | | | | |
| 20 | Informasi mengenai budidaya selada air yang diberikan mudah dipahami | | | | | |
| Keberlanjutan Lingkungan | | | | | | |
| 21 | Pengelolaan Agrowisata Way Bekhak memerhatikan kelestarian lingkungan sekitar | | | | | |
| 22 | Pengunjung diajak untuk menjaga kebersihan dan kelestarian alam di area agrowisata | | | | | |
| 23 | Budidaya selada air di Agrowisata Way Bekhak menggunakan metode yang ramah lingkungan (penggunaan air yang efisien atau pestisida yang sedikit sedikit) | | | | | |
| 24 | Kegiatan Agrowisata di Way Bekhak tidak merusak ekosistem alam | | | | | |

Sementara itu, pengukuran persepsi masyarakat sekitar terhadap Agrowisata Way Bekhak dilakukan berdasarkan karakteristik agrowisata dan aspek ekonomi. Menurut Arikunto (2013), penetapan interval kelas dapat ditentukan dengan rumus berikut:

$$C = (X_n - X_i) / K \dots \dots \dots (9)$$

Keterangan:

- C = Interval kelas
 K = Jumlah kelas
 X_n = Skor maksimum
 X_i = Skor minimum

Perhitungan interval kelas persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak adalah:

$$C = \frac{(76 \times 20) - (76 \times 4)}{5} = \frac{1520 - 304}{5}$$

$$C = 243,2 \approx 243 \text{ (interval kelas)}$$

Tabel 9. Hasil perhitungan interval nilai persepsi pengunjung Way Bekhak

| No | Interval Nilai | Persepsi Pengunjung |
|----|----------------|---------------------|
| 1 | 304 – 546 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | 547 – 789 | Tidak Setuju |
| 3 | 790 – 1032 | Netral |
| 4 | 1033 – 1275 | Setuju |
| 5 | 1276 – 1520 | Sangat Setuju |

Perhitungan interval kelas persepsi masyarakat terhadap Agrowisata Way Bekhak berdasarkan karakteristik agrowisata adalah:

$$C = \frac{(12 \times 25) - (12 \times 5)}{5} = \frac{300 - 60}{5}$$

$$C = 48 \text{ (interval kelas)}$$

Tabel 10. Hasil perhitungan interval nilai persepsi masyarakat berdasarkan karakteristik agrowisata

| No | Interval Nilai | Persepsi Pengunjung |
|----|----------------|---------------------|
| 1 | 60 – 107 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | 108 – 155 | Tidak Setuju |
| 3 | 156 – 203 | Netral |
| 4 | 204 – 251 | Setuju |
| 5 | 252 – 300 | Sangat Setuju |

Perhitungan interval kelas persepsi masyarakat terhadap Agrowisata Way Bekhak berdasarkan aspek ekonomi adalah:

$$C = \frac{(12 \times 40) - (12 \times 8)}{5} = \frac{480 - 96}{5}$$

$$C = 76,8 \approx 77 \text{ (interval kelas)}$$

Tabel 11. Hasil perhitungan interval nilai persepsi masyarakat berdasarkan aspek ekonomi

| No | Interval Nilai | Persepsi Pengunjung |
|----|----------------|---------------------|
| 1 | 96 – 172 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | 173 – 249 | Tidak Setuju |
| 3 | 250 – 326 | Netral |
| 4 | 327 – 403 | Setuju |
| 5 | 404 – 480 | Sangat Setuju |

Interval kelas masing-masing persepsi tersebut terlihat dari jumlah setiap indikator pada persepsi pengunjung dan masyarakat sekitar. Selanjutnya,

dilakukan perhitungan untuk mengetahui skor rata-rata tiap indikator persepsi. Skor rata-rata tersebut diperoleh dengan membagi jumlah tiap indikator dengan jumlah responden. Setelah skor rata-rata diketahui, maka dilakukan perhitungan persentase (%) tiap indikator. Perhitungan persentase tiap indikator persepsi dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase (\%)} = \frac{\text{Total skor} \times 100}{\text{Skor maksimum}} \dots\dots\dots(10)$$

2. Analisis Nilai Ekonomi

Tujuan kedua pada penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Namun, sebelumnya dibutuhkan analisis terkait faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan dengan menggunakan regresi linear berganda. Menurut Machali (2021), tujuannya adalah mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel dependen yaitu frekuensi kunjungan wisatawan di Wisata Way Bekhak, sedangkan variabel independen pada penelitian ini terdiri dari jarak, umur, pendidikan, pendapatan, biaya perjalanan, persepsi pengunjung, sarana, dan prasarana.

Biaya perjalanan merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan pengunjung dalam satu kali perjalanan wisata ke suatu destinasi wisata. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya sewa gazebo, biaya toilet umum, biaya sewa pelampung, dan biaya lainnya. Biaya perjalanan dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{BPT} = \text{BT} + \text{BP} + \text{BTM} + \text{BK} + \text{BSG} + \text{BTU} + \text{BSP} + \text{BL} \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan:

- BPT = Biaya perjalanan total (Rp/kunjungan)
- BT = Biaya transportasi (Rp)
- BP = Biaya parkir (Rp)
- BTM = Biaya tiket masuk (Rp)

| | |
|-----|-----------------------------|
| BK | = Biaya konsumsi (Rp) |
| BSG | = Biaya sewa gazebo (Rp) |
| BTU | = Biaya toilet umum (Rp) |
| BSP | = Biaya sewa pelampung (Rp) |
| BL | = Biaya lainnya (Rp) |

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Machali (2021), dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 D_1 + \beta_7 D_2 + e \dots \dots \dots (12)$$

Keterangan:

| | |
|----------|--|
| Y | = Frekuensi kunjungan wisatawan ke Wisata Way Bekhak |
| α | = Intersep |
| β | = Koefisien regresi |
| X_1 | = Jarak (km) |
| X_2 | = Usia (tahun) |
| X_3 | = Pendapatan (Rp) |
| X_4 | = Biaya perjalanan (Rp/kunjungan) |
| X_5 | = Persepsi pengunjung |
| D_1 | = Sarana |
| D_2 | = Prasarana |
| e | = <i>error</i> |

Variabel Y merupakan variabel dependen (terikat), yang termasuk 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 |

Menurut Ghazali (2011), regresi linear berganda membutuhkan uji asumsi klasik yang diuraikan sebagai berikut:

a. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel independen (bebas). Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi, artinya ada aspek yang sama diukur pada variabel independen. Uji ini dilakukan dengan uji regresi

menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel independen sebagai acuan. Jika nilai VIF < 10 atau memiliki toleransi > 0,1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi, sedangkan jika nilai VIF > 10, maka terdapat masalah multikolinearitas (Machali, 2011).

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti terdapat variasi variabel dalam model yang tidak sama atau terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Menurut Ghozali (2011), heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melakukan uji *white*, berdasarkan nilai *Chi-Square*. Jika nilai *Chi-Square* > 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai *Chi-Square* < 0,05 artinya terjadi heteroskedastisitas.

Setelah analisis regresi linear berganda, maka selanjutnya dilakukan analisis menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) untuk menjawab tujuan pertama. Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) dilakukan dengan menghitung nilai surplus konsumen per individu per tahun. Menurut Fauzi (2006), surplus konsumen dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$SK = \frac{X^2}{2\beta} \dots\dots\dots(14)$$

Keterangan:

- SK = Surplus konsumen (Rp/orang)
- X = Total kunjungan responden (kali/tahun)
- β = Koefisien biaya perjalanan

Koefisien biaya perjalanan dihasilkan dari fungsi permintaan yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Nilai ekonomi total menurut Sitohang, Murniati, dan Situmorang (2025), dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$EV = SK \times TP \dots\dots\dots(15)$$

Keterangan:

EV = Nilai ekonomi kawasan wisata (Rp/tahun)

SK = Surplus konsumen pengunjung/individu/kunjungan (Rp/orang)

TP = Jumlah kunjungan (wisatawan) pada tahun tertentu

3. Analisis Dampak Sosial Ekonomi

Tujuan ketiga pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis *Keynesian Income Multiplier* dan *Ratio Income Multiplier*. Tujuan penggunaan alat analisis ini untuk memperoleh informasi terkait pengeluaran wisatawan dan aliran sejumlah uang yang memberikan kontribusi berupa dampak langsung, dampak tidak langsung, dan dampak lanjutan terhadap perekonomian masyarakat.

Menurut Vanhove (2005) yang dirujuk oleh Putra, Wijayanti, dan Prasetyo (2017), dampak pengembangan wisata terhadap perekonomian memiliki dua tipe yaitu *Keynesian Income Multiplier* dan *Ratio Income Multiplier*.

- a. *Keynesian Income Multiplier* merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar pengaruh pengeluaran wisatawan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal, dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Keynesian Income Multiplier} = \frac{D+N+U}{E} \dots\dots\dots(16)$$

Keterangan:

E = Pengeluaran pengunjung (Rp)

D = Pendapatan lokal yang didapat secara langsung dari pengeluaran pengunjung (Rp)

N = Pendapatan lokal yang didapat secara tak langsung dari pengeluaran pengunjung (Rp)

U = Pendapatan lokal lanjutan dari pengeluaran pengunjung (Rp)

Biaya perjalanan adalah total uang yang dibelanjakan oleh wisatawan secara langsung ketika mereka berwisata. Rata-rata biaya perjalanan per orang per kunjungan dapat diketahui menggunakan rumus rata-rata biaya perjalanan (11). Pengeluaran wisatawan selama berwisata memberikan dampak positif bagi ekonomi masyarakat sekitar.

Namun, ada beberapa biaya yang tidak masuk ke dalam kawasan wisata, yaitu biaya kebocoran ekonomi wisata. Biaya kebocoran ini

terjadi karena pengeluaran pengunjung di luar area wisata, seperti biaya transportasi.

- b. *Ratio Income Multiplier* adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar dampak langsung yang dirasakan dari pengeluaran pengunjung berpengaruh terhadap perekonomian sekitar. Menurut Futakhah, Prasmatiwati, dan Marlina (2024), *Ratio Income Multiplier* dirumuskan sebagai berikut:

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

$$\text{Ratio Income Multiplier, Tipe II} = \frac{D+N+U}{D} \dots\dots\dots(18)$$

Keterangan:

D = Pendapatan lokal yang didapat secara langsung dari pengeluaran pengunjung (Rp)

N = Pendapatan lokal yang didapat secara tidak langsung dari pengeluaran pengunjung (Rp)

U = Pendapatan lokal yang didapat secara lanjutan dari pengeluaran pengunjung (Rp)

Pendapatan lokal yang didapat secara langsung adalah uang yang diperoleh dari pengeluaran wisatawan saat berwisata. Pendapatan yang didapat tidak langsung adalah pendapatan yang timbul sebagai akibat langsung dari pendapatan langsung unit usaha. Ketika pendapatan langsung diterima, maka pengusaha akan menerimanya dan menggunakannya untuk menjalankan usaha kembali, seperti membeli bahan baku. Pendapatan lokal yang didapat secara lanjutan (*induced*) adalah pendapatan yang diperoleh dari perputaran pendapatan langsung dan tidak langsung yang diperoleh tenaga kerja di sekitar area wisata. Ketiga jenis pendapatan tersebut memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat sekitar tempat wisata.

Kriteria nilai *Keynesian Multiplier* yaitu sebagai berikut:

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

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Agrowisata Way Bekhak

Way Bekhak merupakan salah satu agrowisata yang menggabungkan wisata pemandian mata air dengan aktivitas pertanian berupa budidaya tanaman selada air. Agrowisata Way Bekhak berlokasi di Desa Sukaraja, Kecamatan Gunung Alip, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Pada tahun 1955, warga Desa Sukaraja menemukan sebuah mata air, yang kemudian dibentuk menjadi suatu wadah air atau bendungan yang dikenal dengan sebutan “sumur tua” oleh masyarakat sekitar. Sumur tua ini selanjutnya dimanfaatkan masyarakat sebagai air minum dan sumber irigasi sawah. Seiring berjalannya waktu, debit mata air ini menjadi lebih besar sehingga air mengalir lebih luas menjadi seperti sungai. Oleh karena itu, masyarakat sekitar sepakat untuk memberi nama mata air ini yaitu Way Bekhak. Nama Way Bekhak sendiri diambil dari bahasa Lampung, di mana “Way” artinya air dan “Bekhak” artinya luas.

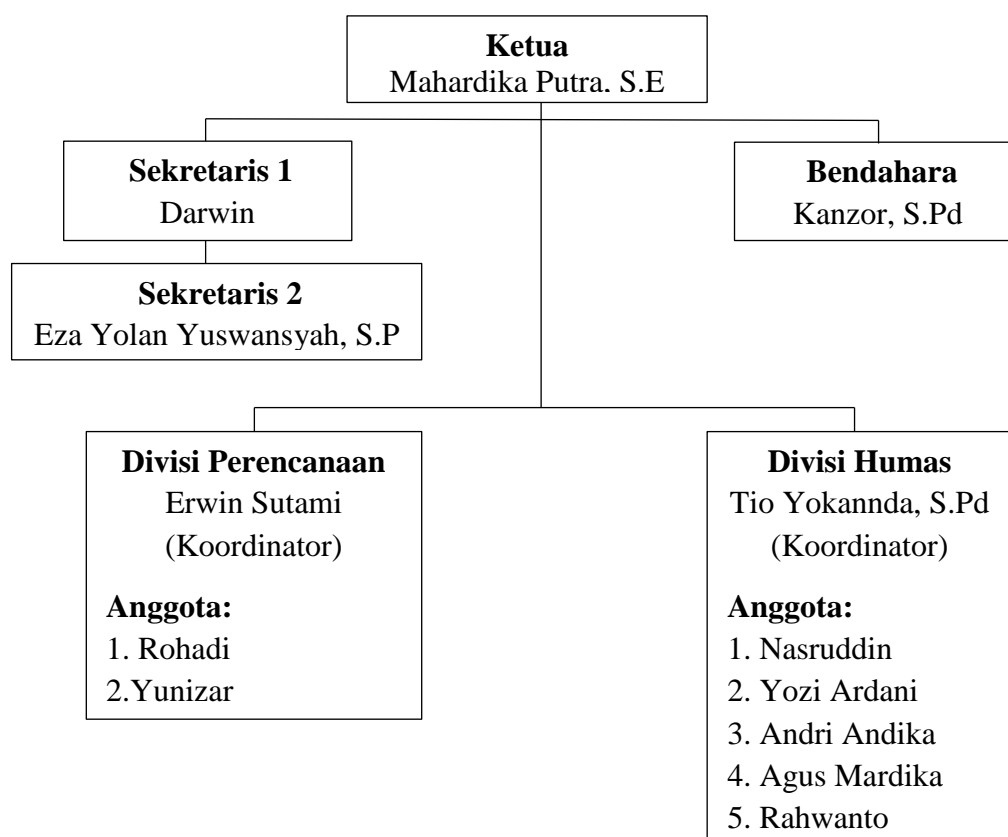
Selain mata airnya, masyarakat Desa Sukaraja juga menemukan tanaman selada air yang tumbuh secara alami di sekitar aliran mata air tersebut. Tanaman selada air ini muncul tanpa perlu ditanam dan tumbuh dalam jumlah yang cukup banyak. Oleh karena itu, masyarakat sekitar mencoba membudidayakan tanaman selada air secara langsung. Namun, karena aliran air yang mengalir cukup luas, mengakibatkan lokasi untuk budidaya tanaman selada air menjadi terbatas. Untuk mengatasi hal tersebut, pada tahun 1980 masyarakat Desa Sukaraja berkoordinasi dengan pemerintah daerah guna membangun pondasi yang dapat membatasi jangkauan air yang mengalir.

Seiring berjalannya waktu, lokasi mata air dan tanaman selada air ini semakin dikenal oleh masyarakat luar daerah. Banyak masyarakat yang berkunjung hanya untuk mandi atau sekaligus membeli tanaman selada air. Melihat potensi wisata ini, masyarakat sekitar bersama pemerintah daerah mulai mengembangkan lokasi tersebut menjadi salah satu destinasi agrowisata. Pengembangan tersebut dilakukan mulai dari pembentukan pengelola agrowisata yang terdiri dari warga Desa Sukaraja. Selanjutnya, pemerintah daerah bekerja sama dengan berbagai pihak untuk membangun fasilitas pendukung seperti gazebo, toilet, serta warung-warung kecil, dengan tetap memerhatikan fungsi mata air sebagai sumber irigasi dan menjaga kelestarian sumber daya alam di sekitarnya.

Pengembangan Agrowisata Way Bekhak terus berlanjut dengan langkah nyata berikutnya. Pada tahun 2019, pengelola agrowisata mulai mengajukan pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) untuk memperkuat manajemen wisata. Namun, rencana tersebut terpaksa tertunda akibat pandemi covid-19, sehingga pengajuan baru diajukan kembali pada tahun 2023. Hingga saat ini, pembentukan pokdarwis untuk Agrowisata Way Bekhak masih dalam proses. Meskipun demikian, pengembangan Agrowisata Way bekhak tetap dilakukan secara berkelanjutan di bawah pengelolaan swadaya masyarakat dan dukungan pemerintah daerah.

B. Letak Geografis

Way Bekhak merupakan destinasi wisata yang terletak di Desa Sukaraja, Kecamatan Gunung Alip, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Secara geografis, Kabupaten Tanggamus berada di bagian selatan Provinsi Lampung dengan luas wilayah mencapai 4.654,98 km² dan terletak pada koordinat 104°18' - 105°12' Bujur Timur serta 5°05' - 5°56' Lintang Selatan. Kabupaten yang diresmikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1997 ini, kini menaungi 20 kecamatan, termasuk Kecamatan Gunung Alip. Peta batas administrasi Kabupaten Tanggamus dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 5. Struktur organisasi Agrowisata Way Bekhak
Sumber: Pengelola Agrowisata Way Bekhak, 2026

Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian organisasi di Agrowisata Way Bekhak yaitu:

1. Ketua

Ketua pengelola dari Agrowisata Way Bekhak yaitu Bapak Mahardika Putra, S.E. Ketua pengelola bertanggung jawab atas seluruh jalannya operasional dan pengembangan agrowisata. Memimpin dan mengoordinasikan seluruh divisi yang terlibat dalam pengelolaan Agrowisata Way Bekhak juga menjadi tugas dan tanggung jawab ketua.

2. Sekretaris

Sekretaris dalam struktur organisasi Agrowisata Way Bekhak terdiri dari sekretaris 1 dan sekretaris 2. Sekretaris 1 bertanggung jawab dalam penguatan struktur internal seperti mengelola database keanggotaan pengelola, serta mengelola keluar masuk persuratan dan arsip dokumen

agrowisata. Sementara itu, sekretaris 2 bertugas untuk mendata jumlah kunjungan wisatawan dan menyusun laporan kegiatan bulanan.

3. Bendahara

Bendahara dalam struktur organisasi Agrowisata Way Bekhak bertanggung jawab mengelola keuangan agrowisata. Salah satu tugas bendahara yaitu mengelola pengeluaran, pemasukan (tiket masuk, parkir, sewa fasilitas), dan menyusun anggaran bulanan untuk biaya operasional seperti biaya kebersihan, gaji, serta pemeliharaan. Selain itu, bendahara juga bertanggung jawab untuk menjaga stabilitas kas dan memastikan setiap pengeluaran memiliki bukti yang sah.

4. Divisi Perencanaan

Divisi perencanaan bertugas untuk merancang inovasi wahana baru seperti spot foto di Agrowisata Way Bekhak dan melakukan pengembangan lahan pertanian untuk budidaya tanaman selada air. Memastikan Agrowisata Way Bekhak terus berkembang secara berkelanjutan dan sesuai tren wisata, merupakan tanggung jawab divisi perencanaan.

5. Divisi Humas

Divisi hubungan masyarakat (Humas) merupakan divisi yang bertugas untuk menjadi penghubung antara pengelola Agrowisata Way Bekhak dengan masyarakat dan calon pengunjung. Selain itu, divisi humas juga bertugas untuk mengelola media sosial untuk promosi dan membangun citra positif Agrowisata Way Bekhak agar dikenal luas oleh wisatawan.

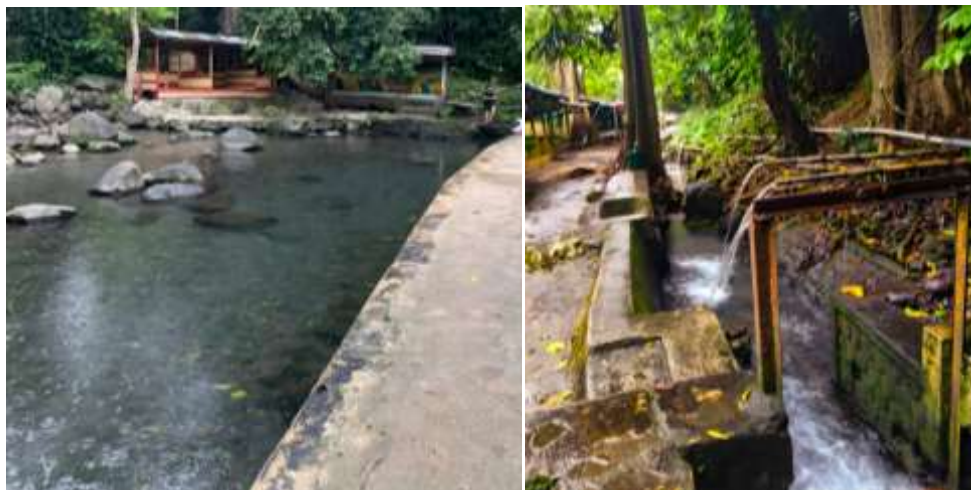
D. Sarana dan Prasarana Agrowisata Way Bekhak

Sarana dan prasarana merupakan aspek penunjang untuk mendukung kenyamanan para pengunjung dalam melakukan kegiatan wisata. Sarana yang terdapat di Agrowisata Way Bekhak terdiri dari gazebo, area pemandian, area tanam selada air, mushola, *spot* foto, toilet, dan tempat parkir. Sementara itu, prasarana terdiri dari akses jalan dan kebersihan wisata.

1. Area Pemandian

Area pemandian Agrowisata Way Bekhak dirancang secara fungsional dengan mengikuti bentuk permukaan lahan, di mana fokus utamanya terletak pada kolam penampungan air yang berada di bawah pancuran mata air. Struktur kolam ini memiliki beberapa bagian, mulai dari bagian terdalam di pusat sumber air hingga area dangkal di sisi pinggir yang menyatu dengan saluran irigasi. Bagian dasar dan dinding kolam masih mempertahankan karakteristik batuan alami dan kerikil untuk memberikan kesan asli, meskipun pada beberapa sisi tepi kolam telah dilakukan pengerasan menggunakan material semen dan beton guna menjamin pijakan pengunjung.

Pembatas antara area perairan dengan daratan menggunakan tanggul beton rendah yang merangkap fungsi sebagai tempat duduk. Sementara struktur pancuran bambu pada celah tebing menambah keindahan tradisional sekaligus fungsi pembilasan. Keberadaan fasilitas penunjang seperti gazebo ditempatkan secara teratur pada bagian yang lebih tinggi, untuk memastikan kelancaran pergerakan pengunjung tanpa merusak keasrian pemandangan sekitarnya. Area pemandian di Agrowisata Way Bekhak dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Area pemandian Way Bekhak

2. Gazebo

Gazebo merupakan salah satu fasilitas yang ada di Agrowisata Way Bekhak, untuk menunjang kenyamanan pengunjung yaitu sebagai tempat beristirahat dan bersantai. Agrowisata Way Bekhak menyediakan 25 unit gazebo kayu. Fasilitas ini dikelola dengan sistem sewa, dengan harga Rp25.000,00/ unit. Pengunjung dapat memanfaatkan gazebo dengan durasi penggunaan yang bebas atau tanpa batas waktu.

3. Area Tanam Selada Air

Area atau lahan untuk budidaya tanaman selada air pada Agrowisata Way Bekhak berada di sisi belakang wisata pemandian, sehingga pengunjung dapat melihat dan turun secara langsung ke area tersebut. Area tanam selada air di Agrowisata Way Bekhak dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Area tanam selada air

4. Mushola

Agrowisata Way Bekhak juga menyediakan fasilitas mushola, guna memudahkan pengunjung maupun tenaga kerja dalam menjalankan ibadah sholat tanpa harus meninggalkan area wisata. Mushola ini dilengkapi dengan tempat wudhu serta perlengkapan sholat baik untuk laki-laki maupun perempuan demi kenyamanan bersama.

5. Toilet

Toilet yang terdapat di Agrowisata Way Bekhak juga berfungsi sebagai tempat bilas bagi pengunjung setelah beraktivitas di mata air. Fasilitas

toilet ini sangat menunjang dalam peningkatan kenyamanan pengunjung agrowisata. Toilet yang tersedia di lokasi agrowisata ini sebanyak tujuh unit, dengan biaya pemakaian sebesar Rp2.000,00/orang.

6. Spot foto

Spot foto merupakan tempat yang biasanya dijadikan tempat berfoto oleh para pengunjung. Hal tersebut bertujuan untuk mengabadikan momen bersama keluarga atau teman. Spot foto yang ada di Agrowisata Way Bekhak dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Spot foto Agrowisata Way Bekhak

7. Tempat parkir

Agrowisata Way Bekhak menyediakan area parkir yang berlokasi tepat di sisi kanan pintu masuk, untuk memudahkan akses kendaraan pengunjung. Biaya parkir yang ditetapkan terbagi berdasarkan jenis kendaraan, yaitu sebesar Rp5.000,00/unit untuk kendaraan roda dua dan Rp20.000,00/unit untuk kendaraan roda empat.

8. Akses jalan

Aksesibilitas merupakan prasarana penting yang memengaruhi minat pengunjung untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Akses jalan menuju Agrowisata Way Bekhak tergolong cukup baik, karena permukaan jalan telah diaspal, sehingga memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasi Agrowisata Way Bekhak.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. Persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Way Bekhak berdasarkan komponen harga berada dalam kategori “sangat setuju” artinya skema harga yang ditetapkan telah sesuai dengan keinginan pengunjung. Sementara itu, untuk komponen daya tarik agrowisata, keberlanjutan lingkungan, kualitas layanan, fasilitas, dan nilai edukasi berada dalam kategori “setuju” artinya pengunjung agrowisata merasa kelima komponen tersebut telah memenuhi kebutuhan dasar pengunjung, namun tetap ada ruang pengembangan. Persepsi masyarakat sekitar terhadap keberadaan Agrowisata Way Bekhak berdasarkan aspek karakteristik agrowisata dan aspek ekonomi berada dalam kategori “setuju” artinya terdapat penerimaan yang baik dari masyarakat sekitar terhadap keberadaan Agrowisata Way Bekhak.
2. Nilai ekonomi Agrowisata Way Bekhak sebesar Rp1.669.605.870,00 per tahun, dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp288.909,00 per individu untuk satu kali kunjungan. Faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan pada Agrowisata Way Bekhak yaitu jarak tempuh, pendapatan, biaya perjalanan, dan sarana.
3. Nilai *Keynesian Income Multiplier* di Agrowisata Way Bekhak yaitu sebesar 1,80, sedangkan nilai *Ratio Income Multiplier* tipe I sebesar 1,71 dan nilai *Ratio Income Multiplier* tipe II sebesar 1,98. Artinya Agrowisata Way Bekhak telah mampu memberikan dampak ekonomi terhadap masyarakat sekitar melalui kegiatan wisatanya, karena nilai *Keynesian Income Multiplier* yang diperoleh ≥ 1 atau 1,80.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Agrowisata Way Bekhak, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat beberapa fasilitas umum di Agrowisata Way Bekhak yang kurang baik seperti toilet dan tempat ibadah, serta kurang optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Oleh karena itu, diharapkan pihak pengelola Agrowisata Way Bekhak selaku pengambil keputusan dapat melakukan perbaikan fasilitas umum dan meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media informasi berupa sosial media guna meningkatkan pengunjung.
2. Pengelola agrowisata diharapkan dapat meningkatkan fasilitas agrowisata diikuti dengan kenaikan harga tiket masuk. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan nilai kemampuan membayar (WTP), sehingga juga akan berpengaruh pada peningkatan surplus konsumen. Artinya nilai ekonomi yang dirasakan pengunjung lebih dari sekadar harga tiket yang mereka bayar.
3. Masyarakat bersama pengelola agrowisata diharapkan dapat bekerja sama untuk menindaklanjuti potensi integrasi layanan transportasi berbasis komunitas. Pembentukan unit usaha transportasi desa atau penyediaan fasilitas *shuttle* dari titik kumpul strategis perlu diprioritaskan untuk menekan angka kebocoran ekonomi (sebesar 35,63 persen). Pengalihan biaya transportasi menjadi pendapatan lokal, diharapkan dapat meningkatkan efek pengganda bagi masyarakat di sekitar Agrowisata Way Bekhak.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrab, A. (2023). Potensi Pengembangan Agrowisata dan Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kecamatan Sigi Kota Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 30(3), 246–256. <https://doi.org/10.22487/agrolandnasi>.
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 1(3), 27–38. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/50025>
- Anggraeni, T., Haryati, A., & Somantri, D. (2024). Analisis Zona Nilai Ekonomi Kawasan Wisata menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM) berbasis Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geoplanart*, 6(2), 11–21. <https://doi.org/10.35138/geoplanart.v6i2.717>
- Anggraini, D. R. (2021). Dampak Sektor Pariwisata pada Pertumbuhan Ekonomi Daerah Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(2), 116–122. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i2.3089>
- Apriani, A., Akbar, A. A., & Jumiati. (2022). Valuasi Ekosistem Mangrove di Pesisir Kayong Utara, Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(3), 553–562. <https://doi.org/10.14710/jil.20.3.553-562>
- Arifa, E., Abidin, Z., & Marlina, L. (2020). Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7(4), 586–574. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3874>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. PT Rineka Cipta. <https://www.scribd.com/document/756557803/Suharsimi-Arikunto-Prosedur-Penelitian>
- Ayuditya, D., & Khoirudin, R. (2022). Valuasi Ekonomi untuk Obyek Wisata di Pantai Menganti Kebumen Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 13(1), 69–78. <https://doi.org/10.35724/jies.v13i1.4379>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2025). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara per bulan Menurut Kebangsaan (Kunjungan)*. Indonesia.

<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQ3MCMY/kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-menurut-kebangsaan--kunjungan-.html>

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanggamus. (2025). *Jumlah Wisatawan (Jiwa)*. Tanggamus. <https://tanggamuskab.bps.go.id/indicator/16/267/1/jumlah-wisatawan.html>

Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2025). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota Asal*. Lampung. <https://lampung.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODcylzI=/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-kabupaten-kota-asal.html>

Beni, S., & Manggu, B. (2022). Analisis Surplus Produsen dan Konsumen Sayuran Lokal di Pasar Teratai Bengkayang Kalimantan Barat. *Journal of Trade Development and Studies*, 6(2), 129–137. <https://jurnal.kemendag.go.id/JCN/article/download/715/379>

Budi, A., & Santosa, P. B. (2013). Analisis Permintaan Obyek Wisata Masjid Agung Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(2), 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/19695-ID-analisis-permintaan-obyek-wisata-masjid-agung-semarang.pdf>

Budiman, J. A., Sudarsono, B., & Sukmono, A. (2017). Analisis Nilai Ekonomi Kawasan menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan dengan SIG. *Jurnal Geodesi Undip*, 6(2), 81–89. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/geodesi/article/view/16259>

Chon, K. S. (2012). *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*. Prentice Hall.

Dayshandi, D., Handayani, S. R., & Yaningwati, F. (2015). Pengaruh Persepsi dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Program Studi Perpajakan untuk berkarir di Bidang Perpajakan. *Jurnal Perpajakan*, 1(1), 1–11. <https://core.ac.uk/download/pdf/296878234.pdf>

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. (2024). Laporan Kinerja. <https://disparekraf.lampungprov.go.id>

Fachreza, K. A., Harvian, M., Zahra, N., Islam, M. I., Daffa, M., Chair, M., & Wardiyah, M. L. (2024). Analisis Komparatif antara Probability dan Nonprobability dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 108–120. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.248>

Fauzi, A. (2006). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. <https://books.google.co.id/books?id=-e7BdK-gC40C&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

- Fauzi, A. (2014). *Valuasi Ekonomi dan Penilaian Kerusakan Sumber Daya Alam Lingkungan*. IPB Press. Bogor.
- Fauzi, M. C., Wibawanti, J. M. W., & Hasanah, U. (2024). Persepsi Masyarakat terhadap Keberadaan Agrowisata Kambing Kaligesing ditinjau dari Segi Karakteristik dan Ekonomi di Desa Pandanrejo Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Jurnal Riset Agribisnis dan Peternakan*, 9(2), 139–151. <https://doi.org/10.37729/jrap.v9i2.3236>
- Febranadya, I., Pancawati, J., & Krisdianto, N. (2022). Valuasi Nilai Ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi menggunakan Metode Biaya Perjalanan. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(2), 89–101. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.2.89-101>
- Futakhah, S., Prasmatiwi, F. E., & Marlina, L. (2024). Valuasi Ekonomi dan Dampak Wisata Pantai Tanjung Pasir terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.23960/jiia.v11i4.7624>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP-UNDIP. Semarang. <https://www.scribd.com/document/649265734/Ghozali-Imam-2011-Aplikasi-Analisis-Mult>
- Hardiyanti, N., & Subari, S. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *Jurnal Agriscience*, 1(1), 124–137. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7902>
- Haryanto, T. (2020). Inovasi Destinasi dan Persepsi Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 12(2), 45–60. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vcn8b>
- Hasibuan, I. M., Mutthaqin, S., Erianto, R., & Harahap, I. (2023). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), 1177–1217. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i2.19280>
- Helida, A., & Abubakar, R. (2018). Valuasi Ekonomi Kenduri Sko Masyarakat Kerinci Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi (Studi Kasus di Dusun Baru Lempur Kecamatan Gunung Raya, Kerinci). *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Kehutanan*, 7(1), 14–21. <https://doi.org/10.32502/sylva.v7i1.1080>
- Hildawati., Suhirman, L., Prisuna, B. F., Husnita, L., Mardikawati, B., Isnaini, S., Wakhyudin., Setiawan, H., Hadiyat, Y., Sroyer, A. M., & Saktisyahputra. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data Statistik*. PT Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- Huda, A., Abidin, Z., & Rosanti, N. (2022). Valuasi Ekonomi pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan dengan Metode

Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(3), 1259–1272. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v9i3.8394>

Husna, F. K. (2022). Analisis Dampak Sektor Pariwisata bagi Perekonomian Warga Sekitar Kawasan Wisata Siblarak Polanharjo Kabupaten Klaten. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 2(2), 104–117. <https://doi.org/10.53088/jerps.v2i2.577>

Ikhsan, M. (2017). *Multiplier Effect* Industri Pariwisata Candi Muara Takus terhadap Perekonomian Masyarakat di Kecamatan Xii Koto Kampar Kabupaten Kampar. *JOM Fekon*, 4(1), 689–700. <https://media.neliti.com/media/publications/121335-ID-multiplier-effect-industri-pariwisata-ca.pdf>

Isaac, S., & Michael, W. B. (1982). *Handbook In Research and Evaluation*. EDITS. California. <https://www.scribd.com/document/712461724/Handbook-in-Research-and-Evaluation-a-Collection-of-Isaac-Stephen-1925-Michael-William-Burton-2-Ed-3-Print-San-Diego-Calif-1981>

Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Grasindo. Jakarta.

Kasbuntoro., Primadani, A., & Tantriningsih, H. A. (2022). Valuasi Telaga Sarangan di Kabupaten Magetan pada tahun 2021. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 7(1), 34–49. <https://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/jeba/article/download/2420/pdf>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). *Mendongkrak Kinerja Sektor Pariwisata, Pemerintah Siapkan Berbagai Program Lintas Sektor*. Jakarta. Diakses pada 21 Oktober 2025. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6253/mendongkrak-kinerja-sektor-pariwisata-pemerintah-siapkan-berbagai-program-lintas-sektor>

Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan. (2015). *Mengenal Valuasi Ekonomi Bahan Kimia*. Jakarta Timur. Diakses pada 07 Oktober 2025. <https://sib3pop.menlhk.go.id/index.php/articles/view?slug=mengenal-valuasi-ekonomi-bahan-kimia>

Khoiriah, R. A., Prasmatiwati, F. E., & Affandi, M. I. (2017). Evaluasi Ekonomi dengan Metode Travel Cost pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 5(4), 406–413. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1750>

Kristiana, F., Djuharyanto, T., & Putranto, A. H. (2025). Persepsi Pengunjung terhadap Agrowisata D'las Lembah Asri Serang Purbalingga. *Jurnal Pertanian Peradaban*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.30812/jpp.v5i1.2307>

- Lavemia, G., Subiyanto, S., & Amarrohman, F. J. (2018). Analisis Nilai Ekonomi Kawasan menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan dengan SIG (Studi Kasus: Taman Wisata Kopeng, Kabupaten Semarang). *Jurnal Geodesi Undip*, 7(4), 195–205.
<https://doi.org/10.14710/jgundip.2018.22424>
- Lazuardina, A., & Ghassani, S. A. (2023). Dampak Pariwisata terhadap Kehidupan Masyarakat Lokal di Kawasan Wisata (Desa Ciburial Kabupaten Bandung). *Jurnal Warta Pariwisata*, 21(2), 42–47.
<https://doi.org/10.5614/wpar.2023.21.2.02>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta.
- Mahardika, D. A., Arifin, B., & Nugraha, A. (2019). Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7(4), 474–482.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/3862>
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *Journal of Education*, 1(2): 20–29.
<https://lpppipublishing.com/index.php/alacrity/article/download/23/22/70>
- Putra, A. P., Wijayanti, T., & Prasetyo, J. S. (2017). Analisis Dampak Berganda (*Multiplier Effect*) Objek Wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(2), 141–154.
<https://jtc.jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13833/7199>
- Rahmawati, L. (2014). *Matematika Ekonomi*. UIN Sunan Ampel Press. Surabaya.
<http://repository.uinsa.ac.id/2951/1/E-Book%20Matematika%20Ekonomi.pdf>
- Raule, R. D., Sela, R., & Tilaar, S. (2020). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Agrowisata Salak di Pulau Tagulandang Kabupaten Kepulauan Siau Tagulandang Biaro. *Jurnal Spasial*, 7(3), 302–312.
<https://doi.org/10.35793/sp.v7i3.30864>
- Rosyidin, A. L., Jayakusuma, D. R., Alhikami, A., Agustina, C., & Wijayanti, I. (2024). Dampak Pariwisata terhadap Kondisi Perubahan Sosial Masyarakat Suranadi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(3), 271–280.
<https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.204>
- Saputra, M. R., Rosanti, N., & Murniati, K. (2023). Valuasi Ekonomi dan Persepsi Wisatawan terhadap Wisata Pantai M Beach di Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 11(4), 242–250.
<https://doi.org/10.23960/jiia.v11i4.7652>

- Saputro, W. E., Sukimin., & Indriastuty, N. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Sari, A. N., Pitri, R. M. N., & Fithria, A. (2023). Valuasi Ekonomi Ekowisata Hutan Meranti dengan Pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) di Desa Sebelimbing Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru. *Jurnal Sylva Scientiae*, 6(1), 19–26. <https://doi.org/10.20527/jss.v6i1.8194>
- Semarang, N. J., Siahaya, T. E., & Sahureka, M. (2025). Analisis Nilai Ekonomi Obyek Wisata Alam Karang Sewu di Kawasan Taman Nasional Bali Barat, Kabupaten Jembrana, Bali Barat. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 2(2), 100–116. <https://doi.org/10.69840/marsegu/2.2.2025.100-116>
- Setiawati, E., & Suryono, C. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam Membeli Jenis Produk Cenderamata dan Makanan Khas Kota Cirebon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 229–240. <https://ejournal.stpmataram.ac.id>
- Setyawan, T. B., Fachruddin, A., & Susanto, H. A. (2020). Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan *Contingent Valuation Method* dan *Travel Cost Method*. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(3), 172–185. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2020.4.3.172-185>
- Sitohang, R., Murniati, K., & Situmorang, S. (2025). Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pantai Bali Lestari di Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 12(1), 26–32. <https://doi.org/10.23960/jiia.v13i1.9619>
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2009). *The Economics of Tourism Second Edition*. Routledge London. <https://books.google.co.id/books?id=IciLAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, CV. Bandung.
- Swastika, I. P. D., Budhi, M. K. S., & Dewi, M. H. U. (2017). Analisis Pengembangan Agrowisata untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(12), 4103–4136. <https://doi.org/10.24843/EEB.2017.V06.I12.P03>

- Takome, S., Suwu, E., & Zakarias, J. (2021). Dampak Pembangunan Pariwisata terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Lokal di Desa Bobanehena Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–15.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/36326/33820>
- Taufik, H., Prasmatiwi, F. E., & Rosanti, N. (2023). Valuasi Ekonomi Wisata Air Terjun Curup Kereta di Kecamatan Umpu Semenguk Kabupaten Way Kanan menggunakan *Travel Cost Method*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(2), 1478–1488. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v10i2.10375>
- Turmudi., Airlangga, B., Setiapermana, D., Murni, H. N. C., Rudianto, E., Triswanto, A., Samekto., Darmawan, I., Apriani, A. T., Soleman, M. K., Nahib, I., Dewi, R. S., & Hidayatullah, T. (2005). *Pedoman Penyusunan Neraca dan Valuasi Sumberdaya Alam Pesisir dan Laut*. Bakosurtanal. Bogor. <https://www.scribd.com/doc/54821812/eBook-Valuasi-Ekonomi>
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford University. United Kingdom.
- Wahyudi, A., & Yahya, K. (2021). Pengembangan Agrowisata Desa Mulyosari di Tengah Kehidupan Masyarakat Menuju Desa Mandiri. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 14(2), 281–293.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/download/359/319/>
- Warningsih, T., Kusai., Bathara, L., Deviasari., Manalu, M., & Syahzanani, Z. (2021). Valuasi Ekonomi Wisata Pulau Rupa Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau dengan Metode *Travel Cost Method*. *Journal of Fisheries and Marine Research*, 5(3), 508–513. <https://doi.org/10.21776/ub.jfmr.2021.005.03.2>
- Wijaya, A. (2018). Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas dan Pelayanan di Agrowisata Kota Batu. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 6(1), 27–35.
- Wolok, E. (2016). Analisis Dampak Ekonomi Wisata Hiu Paus terhadap Pendapatan Masyarakat Batubarani Gorontalo. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 136–143. <https://doi.org/10.26418/jebik.v5i2.17146>