

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Definisi Pariwisata

Secara etimologi kata pariwisata merujuk pada bahasa sansekerta, yang terdiri dari dua kata, yaitu pari yang berarti berulang-ulang, dan wisata yang berarti berpindah tempat, sehingga dapat diartikan dengan perjalanan atau bepergian yang dilakukan berulang kali (Yoeti, 1996). Menurut *institute of Tourism in britain* (1979) dalam pendit (2006), pariwisata adalah bepergian yang dilakukan secara sementara dan dilaksanakan dalam jangka waktu yang pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-hari. Kegiatan bepergian mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut mencakup berbagai tujuan, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata.

Bagi suatu negara yang menganggap bahwa pariwisata adalah suatu industri yang menghasilkan produk yang dikonsumsi ditempat tujuan, maka ini dapat dianggap sebagai suatu ekspor yang tidak kentara (*invisible export*). Dan manfaat yang diperoleh dapat berpengaruh positif dalam suatu perekonomian, kebudayaan, dan sosial masyarakat. Beberapa batasan dapat disimpulkan tentang definisi kepariwisataan adalah pengertian daripada perjalanan untuk maksud liburan, kesenangan, urusan

dagang, atau dinas dan alasan-alasan lainnya, karena alasan-alasan atau urusan penting lainnya dan kepergiannya dari tempat tinggalnya yang tetap hanyalah untuk sementara waktu saja, dengan ketentuan bahwa dalam perjalanan dikecualikan dengan perjalanan ke tempat pekerjaan sehari-hari. Menurut pendapat di atas yang dimaksudkan dengan kepariwisataan adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan ekonomi dimana aktifitas para pelancong dengan masuknya, berdiamnya dan Bergeraknya orang-orang asing tersebut keluar masuk suatu kota, daerah atau negara akan berdampak pada perubahan perekonomian daerah yang bersangkutan.

Wahab (2003) dalam bukunya "*tourist management*" memberikan rumusan tentang pariwisata adalah: "Salah satu jenis industri baru yang yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas ekonomi lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks yang meliputi industri-industri klasik yang sebenarnya seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.

Jadi dapat dirumuskan kepariwisataan mempunyai beberapa faktor penting yang membatasi definisi pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Perjalanan yang dilakukan berjangka waktu.
2. Perjalanan yang dilakukan lebih dari satu tempat.
3. Perjalanan dalam bentuk rekreasi.

4. Perjalanan yang dilakukan tidak bermaksud untuk mencari keuntungan materi dan hanya sebagai konsumen di tempat tersebut.

2. Jenis dan Macam Pariwisata

Jenis-jenis pariwisata, menurut Salma dan Indah (2004) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik customer untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh mereka yang meninggalkan rumahnya atau tempat asalnya untuk berlibur, mencari suasana baru, memenuhi rasa ingin tahu atau rasa penasarannya, mencari udara segar, menikmati panorama keindahan alam, dan untuk mendapatkan ketenangan di daerah pedesaan.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*).

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh mereka yang memanfaatkan hari liburannya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, ataupun menyegarkan kelelahannya atas rutinitas sehari-hari.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*).

Jenis pariwisata ini biasanya ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar dipusat-pusat pengajaran,

untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, monumen bersejarah peninggalan peradaban masa lalu, atau monumen besar masa kini, dan tempat-tempat bersejarah lainnya.

d. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata olahraga dapat di bagi menjadi dua kategori yaitu:

- *Big sport event*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti Olimpiade Games, kejuaraan ski dunia atau turnamen olahraga lainnya yang banyak menarik penonton.
- *Sporting tourism of the practioners*, yaitu peristiwa bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktikkan sendiri olahraga tersebut untuk kepentingan mereka sendiri. Seperti pendaki gunung, naik kuda dan olahraga pariwisata lainnya.

e. Pariwisata untuk urusan dagang (*Busines Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan untuk kegiatan atau urusan-urusan bisnis atau dagang semata, dan berkaitan dengan urusan-urusan bisnis lainnya.

f. Pariwisata untuk urusan konferensi (*Convention Tourism*)

Jenis pariwisata mencakup kegiatan konferensi pertemuan baik nasional atau Internasional.

3. Wisatawan

Kepariwisataan dihubungkan dengan keperluan statistik sebagai alat untuk mengetahui keputusan dalam menentukan kebijaksanaan

mengenai pengembangan kepariwisataan, dan kita perlu memberikan klasifikasi mengenai orang-orang yang melakukan perjalanan dengan bermacam-macam motivasi tersebut. Beberapa pengertian tentang pengunjung itu sendiri adalah sebagai berikut :

1. Wisatawan (*tourist*), yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal sementara selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
 - a. Pesiari (*leisure*), seperti untuk keperluan rekreasi, liburan,
 - b. Kesempatan, studi, keagamaan dan olah raga.
 - c. Hubungan dagang (*bussiness*) keluarga, konferensi, dan misi.
2. Pelancong (*exurcionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar).

Tujuan utama batasan wisatawan seperti yang dirumuskan diatas adalah untuk menyeragamkan dalam satu kesatuan bahasa, siapa yang disebut dalam wisatawan itu dalam rangka penyusunan statistik kepariwisataan yang dapat disusun secara teratur. Hal ini sangat besar pengaruhnya dalam rangka menghitung devisa sebagai akibat berkunjungnya wisatawan asing pada suatu negara. Adapun sifat perjalanan dan ruang lingkup perjalanan dimana perjalanan itu dilakukan, maka dapat diklasifikasikan wisatawan adalah sebagai berikut :

1. Wisatawan Asing (*foreign tourist*) adalah seseorang yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal.
2. Wisatawan Nusantara (*domestic tourist*) adalah wisatawan dalam negeri yaitu seseorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya tanpa melewati batas wilayah negaranya.
3. Domestik *foreign tourist* adalah orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu negara, yang melakukan perjalanan wisata di wilayah dimana ia tinggal.
4. *Indegenous tourist foreign* adalah suatu warga negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negeri sendiri.
5. *Transit tourist* adalah seseorang yang melakukan perjalanan wisata kesuatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut
6. *Bussiness tourist* adalah orang yang melakukan perjalanan wisata (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuan utamanya selesai.

4. Permintaan Rekreasi Alam

Permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain diasumsikan tetap (Samuelson, 1998). Semakin tinggi harganya, semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya, semakin tinggi jumlah barang yang diminta.

Permintaan rekreasi akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi. Perubahan kebutuhan rekreasi yang terjadi adalah sebagai akibat dari perubahan pola hidup, kenaikan standar hidup, penambahan waktu luang sebagai akibat efisiensi kerja, serta kemajuan transportasi, yang semuanya itu berubah sejalan dengan berkembangnya teknologi (Darusman, 1991).

Lima unsur permintaan terhadap rekreasi alam terbuka (Lieber, 1983) yaitu :

1. Mudah dirasakan manfaatnya.
2. Kegiatan yang ada sesuai dengan gambaran yang diinginkan oleh pemakai.
3. Keadaan harus memungkinkan pengidentifikasian gambaran tersebut.
4. Terdapat kesempatan untuk mendemonstrasikan.

5. Memungkinkan suatu penggunaan yang menyenangkan dan efisien.

Apabila unsur-unsur tersebut dapat dipenuhi pada suatu kegiatan rekreasi maka kegiatan tersebut akan dapat menjadi populer, sehingga permintaan masyarakat dapat diukur.

5. Penawaran Rekreasi Alam

Penawaran adalah kuantitas dari barang-barang ekonomi yang ditawarkan dengan semua harga yang mungkin dapat dicapai pada waktu tertentu (Nicholson, 1995). Penawaran rekreasi dalam kepariwisataan meliputi seluruh daerah tujuan yang ditawarkan kepada wisatawan. Penawaran rekreasi terdiri dari unsur-unsur daya tarik alam seperti iklim, flora dan fauna, hutan belukar dan sebagainya, dan hasil ciptaan manusia seperti monumen, rumah ibadah, dan sebagainya yang dapat mendorong orang untuk mengunjunginya.

Beberapa faktor permintaan selain harga adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan

Kenaikan dalam pendapatan biasanya akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan, sehingga kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

- b. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera,

biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.

c. Harga barang-barang yang berkaitan

Substitusi dan komplementer. Substitusi dan komplementer dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Misalkan barang X dan Y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang Y turun sedangkan harga barang X tetap, konsumen akan membeli barang X lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Misal barang X dan Y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang Y akan menaikkan permintaan barang X dan kenaikan harga barang Y akan menurunkan permintaan barang X.

d. Perubahan dugaan tentang harga relatif di masa depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Misal semua harga naik 10 persen per tahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif pada sumbu vertikal).

e. Penduduk

Seringkali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian (dengan pendapatan per kapita konstan) menggeser permintaan pasar ke kanan yang berlaku untuk sebagian besar barang.

6. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan suatu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*). Valuasi ekonomi penggunaan sumber daya alam hingga saat ini telah berkembang pesat. Didalam konteks ilmu ekonomi sumber daya dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan sudah cukup banyak berkembang. Menurut Djijono (2002) secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei.

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah dengan menghitung Nilai Ekonomi Total (NET). Nilai ekonomi total adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sumber daya alam baik nilai guna maupun nilai fungsionalnya. Nilai Ekonomi Total (NET) dapat ditulis dalam persamaan matematik sebagai berikut:

$$TEV = DUV + IUV + OV) + (XV + VB) \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan :

TEV = *Total Economic Value* (Nilai Ekonomi Total)

DUV = *Direct Use Value* (Nilai Manfaat Langsung)

IUV = *Indirect Use Value* (Nilai Manfaat Tidak Langsung)

OV = *Option Value* (Nilai Pilihan)

XV = *Exsistence Value* (Nilai Keberadaan)

VB = *Beques Value* (Nilai Warisan)

Total Economic Value (TEV) pada dasarnya sama dengan net benefit yang diperoleh dari sumber daya alam, namun di dalam konsep ini nilai yang dikonsumsi oleh seorang individu dapat dikategorikan ke dalam dua komponen utama yaitu *use value* dan *non-use value* (Salma dan Indah, 2004).

1. *Use value* merupakan nilai yang diperoleh seorang individu atas pemanfaatan langsung dari sumber daya alam dimana individu berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan lingkungan.
2. *Non-use value* adalah nilai yang diberikan kepada sumber daya alam atas keberadaannya meskipun tidak dikonsumsi secara langsung. *Non-use value* lebih bersifat sulit diukur (*less tangible*) karena lebih didasarkan pada preferensi terhadap lingkungan dari pada pemanfaatan langsung.

7. Travel Cost Method (TCM)

Pada dasarnya sebuah tempat wisata tidak memiliki nilai pasar yang pasti, sehingga penilaian tempat wisata dapat dilakukan dengan

menggunakan pendekatan biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan informasi tentang berapa besar jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang dihabiskan untuk mencapai tempat wisata, hal ini berfungsi untuk mengukur dan mengestimasi seberapa besar nilai benefit yang diperoleh dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi (Sahlan, 2008).

Sedangkan pendekatan biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata, yang hal tersebut merupakan harga untuk akses ke tempat wisata tersebut (Salma dan Indah, 2004). Harold Hotelling merupakan orang yang pertama kali menggunakan metode ini pada tahun 1947, namun baru dikenalkan secara formal oleh Wood dan Trice (1958) serta Clawson dan Knetsch (1966), yang kemudian lebih dikenal sebagai Clawson-Knetsch Approach (Hanley dan Spash, 1993). Metode pendekatan biaya perjalanan ini biasa digunakan untuk menggambarkan permintaan sumber daya alam dan pelayanan jasa yang berkaitan dengan daerah wisata (*recreational sites*). Contohnya seperti daerah taman ekologi, margasatwa, pemancingan dan perburuan, panorama alam, dan lain sebagainya. Metode ini digunakan untuk meneliti perilaku perjalanan (*travel behavior*) yang dipakai sebagai bahan untuk mengevaluasi kesediaan individu dalam mengeluarkan uangnya untuk mengunjungi tempat wisata tersebut, yang

tentunya juga para wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut datang dari berbagai jarak yang berbeda.

Lebih lanjut lagi Maulani (2001) menjelaskan bahwa metode biaya perjalanan ini kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap wisata di alam terbuka (*outdoor recreation*) seperti pantai, tempat memancing, berburu, pendakian, dan lain sebagainya. Secara pokok metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan oleh tiap individu dalam rangka mengunjungi tempat-tempat wisata tersebut. Sedangkan biaya tersebut merupakan akumulasi dari biaya transportasi, biaya dokumentasi, biaya konsumsi selama berrekreasi di tempat wisata, ditambah lagi dengan biaya parkir, dan biaya lainnya yang termasuk dalam kegiatan rekreasi dalam satu kali kunjungan.

Hal yang disebutkan di atas dapat dirumuskan dengan:

$$BPt = BTr + BKr + BP + BDk + BL$$

Keterangan:

BPt: Biaya Perjalanan (Rp/orang/hari)

BTr: Biaya Transportasi (Rp/orang/hari)

BDk: Biaya Konsumsi selama rekreasi (Rp/orang/hari)

BKr: Biaya Parkir (Rp)

BP: Biaya Dokumentasi (Rp)

BL: Biaya Lainnya (Rp)

Sedangkan tarif masuk tidak dimasukkan ke dalam perhitungan biaya perjalanan karena merupakan suatu konstanta.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian lainnya dilakukan oleh Saptutyingsih (2017) dengan judul “*Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Goa Cemara Kabupaten Bantul: Pendekatan Travel Cost Method*”. Dengan variabel dependen Jumlah kunjungan wisatawan, dan variabel-variabel independen antara lain adalah Biaya Perjalanan, usia, pendapatan, jarak tempuh, fasilitas, waktu luang. Penelitian ini menggunakan metodologi revealed preference yaitu travel cost method. Hasil metode biaya perjalanan (travel cost method) menunjukkan bahwa rata-rata biaya perjalanan wisatawan diperkirakan mencapai Rp158.000. Pada model linier dan log-log Jumlah kunjungan ke pantai Goa Cemara dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak ke pantai, dan persepsi fasilitas, namun pada model semi-log biaya perjalanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan ke pantai tersebut. Ukuran surplus konsumen masing-masing adalah Rp3,6 juta, Rp7,1 juta, Rp5,8 juta untuk model linier, semi-log, dan log-log.

Djijono (2002) melakukan penelitian dengan judul “*Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung*”. Penelitian ini menggunakan alat analisis linier berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap permintaan produk, sedangkan nilai ekonomi tempat wisata diduga dengan menggunakan metode *travel cost* (biaya perjalanan) wisata. Untuk dapat menghasilkan model permintaan dilakukan regresi antara jumlah kunjungan per 1000 penduduk (Y) dengan tujuh variabel-

variabel bebas (X1-X7) yaitu biaya perjalanan, biaya transportasi, pendapatan, jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung, pendidikan, waktu kerja per minggu, waktu luang per minggu. Dari hasil regresi diketahui bahwa dari ketujuh variabel yang diuji ternyata variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan adalah biaya perjalanan, jumlah penduduk, pendidikan dan waktu kerja. Hasil perhitungan nilai ekonomi menunjukkan bahwa rata-rata nilai kesediaan berkorban (*willingness to pay*) sebesar Rp11.517,- per kunjungan, nilai yang dikorbankan sebesar Rp7.298,- per kunjungan dan surplus konsumen sebesar Rp4.219,- per kunjungan.

Himayatullah (2003) melakukan penelitian dengan judul “*Economic Valuation of the Environment and Travel Cost Approach : The Case of Ayubia National Park*”. Penelitian ini juga menggunakan metode *travel cost* (biaya perjalanan) dan regresi linier berganda. Variabel bebas yang digunakan adalah biaya perjalanan, waktu dalam perjalanan, pendapatan, umur, jenis kelamin, asal tempat tinggal, jumlah anggota keluarga, kualitas daerah wisata, jenis pekerjaan. Hasil perhitungan nilai ekonomi dari rekreasi *Ayubia National Park* adalah sekitar *Rs* 200 juta. Ini adalah nilai dari taman dihasilkan setiap tahun untuk ekonomi. Bagaimanapun, juga *Rs* 200 juta tersebut bukan pendapatan taman Ayubia. Nilai ini dibedakan ke dalam surplus konsumen pengunjung dan total perjalanan ongkos pengunjung.

Mujianto (2012) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, umur, jenis kelamin, pendidikan, kualitas fasilitas-fasilitas dan pendapatan individu terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan Teluk Penyu Kabupaten Cilacap. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *accidental sampling* dan besarnya sampel 150 responden. Uji instrumen yang digunakan adalah korelasi *product moment* untuk uji validitas dan *cronbach alpha* untuk uji reliabilitas. Uji asumsi yang digunakan adalah uji VIF untuk menguji multikolinearitas dan uji park untuk menguji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, kualitas fasilitas-fasilitas dan pendapatan individu menuju Teluk Penyu terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan. Umur, jenis kelamin dan pendidikan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan.

Blackwell (2007) dengan judul penelitian "*The Value Of A Recreational Beach Visit: An Application To Mooloolaba Beach And Comparisons With Other Outdoor Recreation Site*". Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan (*travel cost*), pendapatan, jumlah ukuran keluarga, karakteristik tempat wisata lain, waktu luang sebagai variabel independen. Nilai ekonomi dari rekreasi *Mooloolaba Beach* sebesar \$ 863 juta. Hasil penelitian nilai dari taman dihasilkan setiap tahun untuk ekonomi. Bagaimanapun, juga \$ 863 juta tersebut bukan pendapatan

pantai Mooloolaba. Nilai ini dibedakan ke dalam surplus konsumen pengunjung dan total perjalanan ongkos pengunjung.

Orta, dkk. (2002) dengan judul penelitian “*An Estimation of the Recreational Use Value of Kursunlu Waterfall Nature Park by the Individual Travel Cost Method*”. Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan, *dummy variable* tempat wisata lain, usia, pendidikan, pendapatan rumah tangga. Hasil perhitungan nilai ekonomi dari rekreasi *Kursunlu Waterfall* adalah sebesar 21,5 billion TL (\$ 50.000) tiap tahun /1000 penduduk.

Ekwarso, dkk. (2009) melakukan penelitian dengan judul “Nilai Ekonomi Lingkungan dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Objek Wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu (Pendekatan Biaya Perjalanan)”. Penelitian ini dilakukan pada objek wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu untuk mengetahui nilai ekonomi lingkungan dan melihat pengaruh pendapatan, biaya perjalanan, dan persepsi responden terhadap permintaan / jumlah kunjungan pada objek wisata Air Panas Pawan. Metode analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Analisa kuantitatif dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai ekonomi lingkungan dari objek wisata Air Panas Pawan dengan pendekatan biaya perjalan sebesar Rp. 581.225.840,-. kemudian dari hasil penelitian juga dapat diketahui pengujian simultan (serempak) menunjukkan ada pengaruh yang

signifikan, dimana pendapatan, biaya perjalanan, dan persepsi responden mempunyai pengaruh secara nyata terhadap jumlah kunjungan pada objek wisata Air Panas Pawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sasmi (2016) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness To Pay Pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara Menggunakan Contingent Valuation Method(CVM)”. Hasil penelitiannya menyatakan besaran willingness to pay pengunjung pantai goa cemara dari 146 responden totalnya adalah sebesar Rp 1.413.000,00 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 9.678,00. Dan faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah usia (berpengaruh positif), pendidikan terakhir (berpengaruh negatif), dan tingkat pendapatan (berpengaruh positif).

Penelitian oleh Samsudin (2012) dengan judul ”Valuasi Nilai Ekonomi Taman Nasional Bunaken : *Aplikasi Travel Cost Method (TCM)*” dengan variabel dependen jumlah kunjungan wisatawan dan variabel independen antara lain adalah biaya perjalanan, pendapatan, jarak, umur dan paritas daya beli. Dengan menggunakan metode Analisis TCM (*Travel Cost Method*) dan metode OLS (*Ordinary Least Square*). Dengan hasil penelitian menunjukkan faktor yang mempengaruhi secara signifikan nilai kesediaan membayar wisatawan membayar manfaat dari keberadaan Taman Nasional Bunaken adalah jumlah biaya yang dikeluarkan selama perjalanan wisata ke taman nasional Bunaken, sedangkan faktor jumlah biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, jarak, dan umur tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap nilai kesediaan membayar wisatawan membayar manfaat dari keberadaan Taman Nasional Bunaken. Berdasarkan kesediaan membayar Taman Nasional Bunaken dihitung dari wisatawan adalah sebesar Rp.140,405,171,010.00 dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp.6,433,440,930.00 atau sebesar Rp.232,271.00 per individu.

Wezstein dan Mc. Nelly (1980) melakukan penelitian tentang permintaan rekreasi dengan menggunakan *recreation demand model*, pada daerah ski are di California dan Nevada, Fokus dari penelitian ini adalah mencari hubungan antara biaya (money cost) dan jarak (distance). Dalam penelitian ini digunakan model dimana untuk menghitung biaya dilakukan aggregating (penjumlahan) biaya. Transformasi logitrima dengan Ordinary Least-Square dan Weighted Least-Square menunjukkan bahwa koefisien biaya (Cost Coeficient) berbeda dari nol pada seluruh simulasi yang dilakukan, sedangkan pada aggregating jarak, hanya 82% koefisien biaya (*Cost Coeficient*) yang berada dari nol.

Tabel 2.1
Hubungan Antara Variabel Independent dan Dependent Beserta Refrensi

No	Variabel	Hubungan	Refrensi
1.	Fasilitas	+	Saptutyingsih (2017)
2.	Jarak Tempuh	-	Saptutyingsih (2017), Rahayu (2016) , Badar (2012)
3.	Biaya Perjalanan	+	Ekwarso, dkk (2009), Saptutyingsih (2017)
4.	Pendapatan	+	Mateka, dkk(2013), Rahayu (2016)
5.	Pendidikan	-	Djijono (2002), Mujiyanto (2012)
6.	Usia	-	Kartika (2015), Nurhayati (2012).

C. Hipotesis

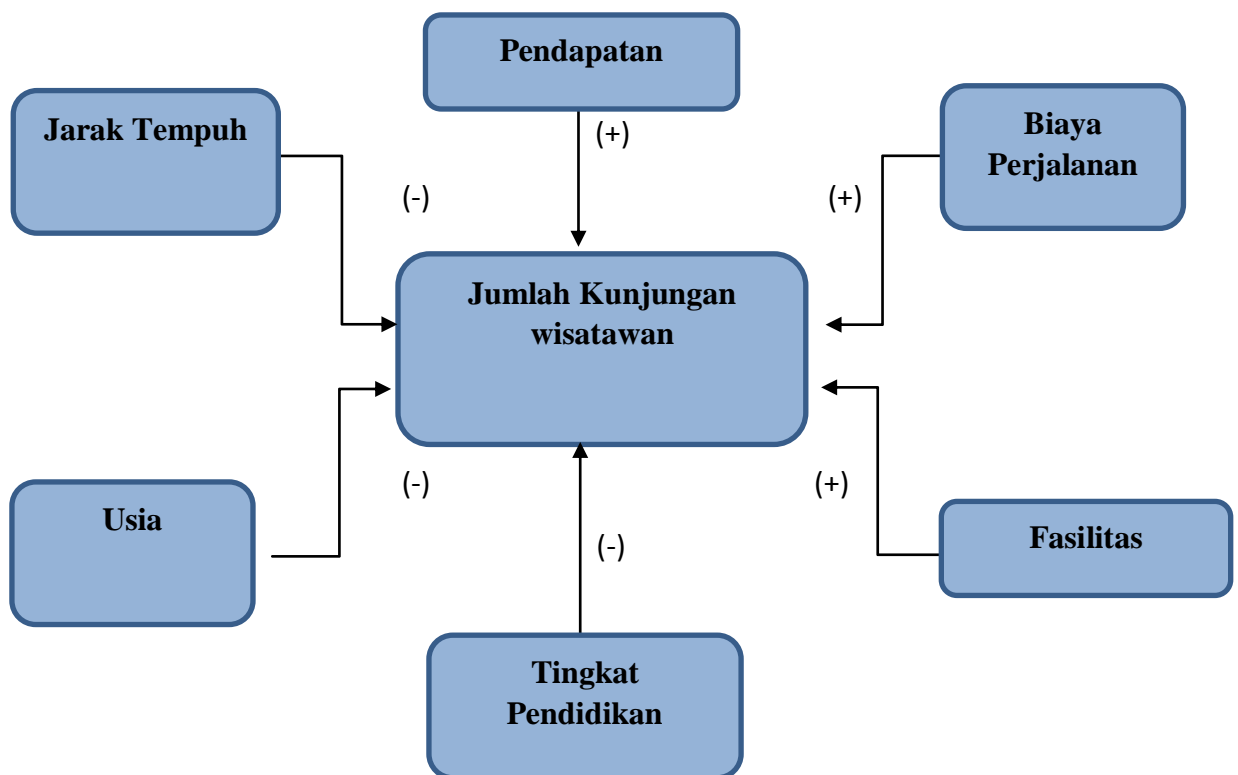
Berdasarkan uraian-uraian dan perumusan masalah di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan ke Objek Pantai Greweng Kabupaten Gunungkidul
2. Diduga jarak tempuh berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Pantai Greweng Kabupaten Gunungkidul
3. Diduga biaya perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Pantai Greweng Kabupaten Gunungkidul
4. Diduga pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Pantai Greweng Kabupaten Gunungkidul

5. Diduga pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Pantai Greweng Kabupaten Gunungkidul
6. Diduga usia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Pantai Greweng Kabupaten Gunungkidul

D. Model Penelitian

Untuk memudahkan kegiatan penelitian yang akan dilakukan serta untuk memperjelas akar pemikiran dalam penelitian ini, maka dibuatlah gambar kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran