

**ANALISIS WILLINGNESS TO PAY PENGUNJUNG UPAYA
PENGEMBANGAN DAN PELESTARIAN OBJEK WISATA KEBUN
RAYA LIWA DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

Sundari Anda Arista

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta. Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan), Tamantirto,
Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

Email: Sundariandaarista@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa besar kesediaan pengunjung untuk membayar objek wisata Kebun Raya Liwa dan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Willingness To Pay* tersebut. Subjek penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Kebun Raya Liwa yang berusia lebih dari 20 tahun. Studi ini menggunakan data primer dan wawancara dengan jumlah responden sebanyak 304 yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Countigent Valuation Method* (CVM). Berdasarkan nilai analisis nilai rata-rata *Willingness To Pay* peorang sebesar Rp 6.500 yang di dapatkan dengan *Dichotomous Choice*. Hasil analisis menunjukkan variabel usia, pendidikan, dan pendapatan masing-masing berpengaruh positif signifikan terhadap *Willingness To Pay*. Persepsi pengunjung berpengaruh negatif signifikan terhadap *Willingness To Pay*. Sedangkan, jarak dan frekuensi kunjungan tidak memiliki pengaruh terhadap *Willingness To Pay*.

Kata Kunci: *Willingness To Pay* (WTP), *Countigent Valuation Method* (CVM), Kebun Raya Liwa

ABSTRACT

This research aims to find how big Kebun Raya Liwa visitor's willingness to pay the ticket and to find the factors that influence those willingness. The subject of this study are Kebun Raya Liwa visitors who are 20 years old or above.

This research uses primary data and interview the subject using purposive sampling method with 304 people. Analysis instrument that is used is Countigent Valuation Method (CVM). According to the average results of willingness to pay using Dichotomous Choice is Rp. 6.500 each person. The analysis results show that age, education, and income variables affect positively to the willingness to pay. Visitors' perception affect negatively to the willingness to pay. While distance and the frequency of visits do not affect the willingness to pay.

Keywords: *Willingness To Pay (WTP), Countigent Valuation Method (CVM), Kebun Raya Liwa*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata dapat diartikan perjalanan sementara seseorang dilakukan untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan dan dimensi sosial, budaya, alam dan politik (Spillane, 1991 dalam Akbar, 2018). Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang sangat kaya akan keragaman flora dan fauna serta berlimpah kekayaan alam. Indonesia menjadi sangat menarik untuk dikunjungi karena memiliki potensi alam, flora dan fauna, adat istiadat yang masih sangat kental, bahasa yang berbeda-beda di setiap daerah, dan ketaatannya kepada agamanya masing-masing.

Setiap daerah di Indonesia memiliki objek wisata dengan keindahan alam masing-masing, salah satunya di Provinsi Lampung. Di Lampung banyak sekali objek wisata seperti pantai, taman nasional, air terjun, danau, dll. Lampung juga memiliki tingkat peminat yang cukup tinggi untuk para wisatawan. Penilaian meningkatnya peminat wisatawan dapat dari beberapa faktor pengembangan yang dilakukan di Provinsi Lampung. Seperti Kabupaten Lampung Barat adalah salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Lampung, Ibukota Kabupaten Lampung Barat terletak di Liwa. Kabupaten Lampung Barat memiliki daya tarik wisata yang tinggi, dengan keindahan alam di setiap sudut Lampung Barat maka dari tahun ke tahun jumlah wisatawan selalu bertambah. Lampung Barat identik dengan wisata alam yang masih asli karena banyak nya pegunungan dan perbukitan. Objek wisata yang ada di Lampung Barat sekitar 10 sampai lima belas objek wisata yang dapat di kunjungi.

Lampung Barat termasuk Kabupaten yang memiliki keindahan alam perbukitan dan pegunungan yang masih asli, Lampung Barat juga sedang di hebohkan dengan penemuan danau yang tersembunyi akibat letusan gunung yang terjadi pada jaman dahulu, selain itu terdapat gunung tertinggi di Lampung. Salah satu objek wisata yang baru dan masih dalam proses pembangunan namun sudah banyak di datangi pengunjung adalah Objek Wisata Kebun Raya Liwa. Kebun

Raya Liwa terletak di Pekon Kubu Perahu, Kec. Balik Bukit, Kab. Lampung Barat. Kebun Raya Liwa berbatasan dengan Ekowisata Kubu Perahu Resort Balik Bukit, Taman Nasional Bukit Barisan Selatan (TNBBS), dan objek wisata berupa air terjun sepapah (TNBBS Telah di tetapkan oleh UNESCO sebagai Wisatawan Dunia Hutan Tropis Sumatera (Tropical Rainforest Heritage of Sumatera) tahun 2004).

Kebun Raya Liwa merupakan dinasti wisata yang cukup menarik di Kabupaten Lampung Barat jika di bandingkan dengan objek wisata lain nya. Karena wisatawan dapat menikmati pemandangan yang indah, sejuk juga dapat melihat aneka ragam tanaman yang di tanam di Kebun Raya Liwa . Kebun Raya Liwa memiliki banyak jenis tanaman yang di beda-bedakan di setiap titik .

Dalam melakukan penelitian terhadap lingkungan di objek wisata Kebun Raya Liwa menggunakan teknik *non-market goods* karena objek wisata yang tidak memiliki nilai pasar. Adapun metode valuasi ekonomi untuk *non-market goods* adalah dengan memperkirakan nilai moneter untuk trade-off yang dialami oleh seseorang atas kesediaanya membayar barang dan jasa yang tidak disebutkan dalam harga pasar. Teknik penilaian yang didasarkan pada survei (*stated preference techniques*) dimana *willingness to pay* (WTP) diperoleh secara langsung dari responden. *Stated preference techniques* lebih mengandalkan kecenderunganyang diungkapkan atau nilai yang diberikan oleh individu (Fauzi, 2010).

Untuk mengetahui seberapa besar *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung untuk pengembangan kualitas dan kelestarian lingkungan di Objek Wisata Kebun Raya Liwa CVM. *Contingent Valuation method* (CVM) yaitu metode survei yang di gunakan untuk bertanya kepada responden tentang nilai yang ingin di berikan terhadap komoditi yang tidak memiliki pasar seperti barang lingkungan (Yakin, 1997). Sedangkan tujuan dari CVM yaitu untuk mengetahui kesediaan untuk membayar dari masyarakat (Fauzi, 2004). Metode CVM digunakan karena dapat (1) mengestimasi *Willingness to Pay* (WTP) individu terhadap perubahan hipotesis kualitas aktivitas pariwisata; (2) menilai perjalanan dengan banyak

tujuan; (3) menilai kenikmatan memakai lingkungan baik pengguna ataupun bukan pengguna sumberdaya tersebut; (4) menilai barang yang di nilai terlalu rendah. (Mitchell dan Carson, 1989; Lee *dkk*, 1998 dalam Ayu, 2014)

Dalam upaya pengembangan Objek Wisata Kebun Raya Liwa di Kabupaten Lampung Barat, maka diperlukan adanya kerja sama antar pemerintah, masyarakat dan UPTD Kebun Raya Liwa. Upaya pengembangan Objek Wisata Kebun Raya Liwa sangat perlu di lakukan untuk tetap menjaga kebersihan, kelestarian dan keasrian dari Kebun Raya tetap terjaga, sehingga penulis meneliti : **“Analisis *Willingness to Pay* pengunjung Upaya Pengembangan Objek Wisata Kebun Raya Liwa menggunakan *Contingent Valuation Method (CVM)*”**.

Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Kata Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yaitu “*pari*” yang berarti halus, maksud dari kata halus ini adalah memiliki tatakrma yang tinggi sedangkan “*wisata*” memiliki arti kunjungan atau suatu perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi pariwisata berarti sesuatu yang menyuguhkan kunjungan secara bertatakrma dan berbudi. Definisi pariwisata secara luas adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

2. Jenis-Jenis Pariwisata

Karena setiap daerah memiliki jenis potensi yang berbeda-beda, maka timbul berbagai bentuk dan jenis pariwisata yang dapat digunakan untuk keperluan perencanaan dan pengembangan pariwisata daerah. Seseorang biasanya melakukan perjalanan wisata selain untuk sekedar mencari hiburan ada juga yang melakukan perjalanan wisata untuk tujuan bisnis ke daerah tertentu, Spillane (1991).

3. Daerah Tujuan Wisata

Terdapat 5 unsur daerah tujuan yang dikunjungi wisatawan meliputi perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya (Nugroho, 2012).

- Objek dan daya Tarik wisata
- Prasarana wisata
- Sarana wisata
- Infrastruktur
- Masyarakat atau lingkungan

4. *Non-market goods*

Non market goods adalah sekelompok barang dan jasa yang jumlah atau kualitas barang tersebut tidak diperjual belikan di pasar. Artinya, *non-market goods* merupakan barang dan jasa yang tidak memiliki nilai moneter secara eksplisit dalam satuan mata uang atau tidak memiliki harga pasar. Adapun contoh *non-market goods* diantaranya adalah barang lingkungan, seperti udara bersih, populasi ikan, ataupun kesehatan. Dalam beberapa literatur disebutkan *non-market goods* seringkali diabaikan dan diberi bobot yang tidak tepat, padahal barang tersebut tergolong memberi manfaat yang cukup besar terhadap masyarakat, sehingga perlu identifikasi akan *non-market goods* agar dapat menempatkan nilai moneter pada barang tersebut, Fauzi (2010).

5. Konsep *Willingness to Pay*

Secara umum, pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya disebut dengan nilai ekonomi. Konsep ini disebut dengan *willingness to pay* seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. *Willingness to Pay* merupakan jumlah maksimum yang rela dibayarkan oleh seseorang untuk memperoleh kualitas pelayanan yang baik. Menggunakan pengukuran ini, nilai ekologis ekosistem dapat “diterjemahkan” ke dalam bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter barang dan jasa. Konsep *willingness to pay* sebenarnya adalah

harga di tingkat konsumen dimana merefleksikan nilai barang atau jasa serta pengorbanan untuk mendapatkannya (Simonson dan Drolet, 2003 dalam Akbar, 2018).

6. **Valuasi Ekonomi**

Valuasi ekonomi merupakan sebuah usaha untuk memberikan nilai secara kuantitatif pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan baik nilai pasar ataupun non pasar (Kartika, 2014). Metode valuasi ekonomi untuk kualitas lingkungan menurut Patunru (2010) dalam Pudjianto (2015) dibagi kedalam 2 kelompok menurut sumber data atau informasinya, yaitu pendekatan preferensi tersirat (revealed preference/RP) dan pendekatan preferensi tersurat (stated preference/SP). Pendekatan Revealed Preference dilakukan melalui observasi atas pilihan individual, sedangkan pendekatan Stated Preference dilakukan dengan jalan menanyakan langsung kepada individu berapa kesediaan membayar untuk menikmati perbaikan jasa lingkungan pada level tertentu.

7. ***Contingent Valuation Method (CVM)***

Contingent Valuation Method adalah metode yang digunakan saat ini, karena CVM dapat mengukur nilai penggunaan (*use value*) dan nilai non penggunaan (*non-use value*) dengan baik (Yakin, 1997). Pendekatan CVM pertama kali dikenalkan dalam penelitian mengenai perilaku perburuan di Miami. Pendekatan ini secara teknis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu pertama dengan teknik eksperimental melalui simulasi dan permainan. Kedua dengan teknik survei. *Contingent Valuation Method* (CVM) ini bertujuan untuk mengetahui kesediaan untuk membayar (*Willingness To Pay*) dan kesediaan untuk menerima (*Willingness To Accept*).

METODE PENELITIAN

1. Subjek Penelitian

Penelitian akan dilakukan didalam Objek Wisata Kebun Raya Liwa, dan Subjek penelitian adalah pengunjung Objek Wisata Kebun Raya Liwa pada 05 Maret-4 April 2019.

2. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data jenis data primer yang akan di dapat dengan mewawancarai langsung Subjek penelitian yaitu wisatawan yang datang ke Objek Wisata Kebun Raya Liwa sebagai responden.

3. Tehnik Pengambilan Sampel

Pengambilan seluruh sampel penelitian di lakukan dengan cara *Purposive Sampling*. Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam sampel. Dalam metode ini memiliki dua kriteria sampel yaitu yang pertama, inklusi merupakan kriteria sampel yang diinginkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Yang kedua, eksklusi merupakan kriteria khusus yang menyebabkan calon responden yang sesuai kriteria harus dikeluarkan dari kelompok responden penelitian. Untuk penelitian ini sendiri, kriteria Inklusi yaitu responden yang merupakan pengunjung Objek Wisata Kebun Raya Liwa dengan persyaratan responden berusia 20 tahun keatas dan sudah bekerja. Sedangkan kriteria eksklusi yaitu responden Kebun Raya Liwa yang sudah berusia 20 tahun keatas namun tidak bekerja.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data yaitu sebuah bahan mentah dan belum di olah yang diperoleh dari lapangan dalam sebuah penelitian. Data ialah sebuah bahan yang sangat spesifik untuk melakukan sebuah analisis agar mendapatkan sebuah data yang valid. Untuk melengkapi informasi yang di harapkan pada penelitian. Berikut adalah yang di jadikan sebagai teknik pengumpulan data:

- **Kuisisioner**

Kuisisioner adalah sebuah metode yang melakukan pengambilan data secara langsung dan menggunakan teknik wawancara kepada responden atau pengunjung yang nantinya akan di jadikan sampel untuk mendapatkan data dibutuhkan dengan menggunakan beberapa pertanyaan secara tertulis yang sudah disiapkan oleh peneliti kemudian pertanyaan akan di jawab oleh para responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan terkait *willingness to pay* (WTP) pengembangan dan pelestarian lingkungan objek wisata Kebun Raya Liwa. adapun hasil analisis deskriptif yang telah di lakukan dapat d lihat pada Tabel sebagai berikut :

Deskriptif Statistik Variabel

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
WTP	304	0	1	0.88	0.331
Age	304	20	61	29.04	8.485
Edu	304	0	16	11.65	3.057
Inc	304	500000	15000000	2066447.37	1286971.736
Frek	304	1	350	5.23	20.276
Jr	304	1	200	36.42	34.136
Persep	304	0	1	0.66	0.475
Valid N (listwise)	304				

Sumber : data primer di olah

2. Hasil Regresi Uji Binary Logistik

A. Uji Ketetapan Klasifikasi

Uji ketetapan klasifikasi yaitu uji yang memiliki tujuan untuk menentukan ketepatan sari suatu model regresi dalam prediksi pilihan responden terhadap *willingness to pay* (WTP) untuk

pengembangan dan pelestarian lingkungan objek wisata Kebun Raya Liwa.

Uji Ketepatan Klasifikasi

Observed	Predicted			
	Willingness to Pay		Percentage Correct	
	WTP \neq EWTP	WTP = EWTP		
Willingness to Pay	WTP \neq EWTP	0	38	.0
	WTP = EWTP	0	266	100.0
Overall Percentage				87.5

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan Tabel diatas dapat di jelaskan bahwa pada kolom prediksi diketahui yang bersedia membayar sebanyak 266 responden. Dan adapun responden yang tidak bersedia membayar sebanyak 38 responden. Diperoleh presentase ketepatan model yang di peroleh peneliti sebesar 87 persen. Hasil tersebut menggambarkan pada 100 observasi, terdapat 68 observasi yang tepat pengklasifikasinya oleh model logistik.

B. Uji Kesesuaian model

o Uji Nagelkerke R Square

Uji ini dilakukam untuk mengetahui seberapa besar presentase kecocokan model dengan nilai berkisar 0 sampai 1. Nilai Nagelkerke R Square 1 menunjukkan ada kecocokan sempurna antara variabel terikat dan variabel bebas, sedangkan untuk Nilai Nagelkerke R Square 0 menunjukkan tidak terdapat hubungan antara variabel terkait dan variabel bebas. Berikut adalah hasil dari uji Nagelkerke R Square pada tabel berikut:

Hasil Uji Nagelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & snell R Square	Nagelkerke R Square
1	194.288 ^a	0,108	0,204

Sumber : data primer di olah

Pada hasil uji Nagelkerke R Square Tabel 5.3 dia ats dapat di lihat nilai Negelkerke R Square sebesar 0,204 atau 20,4 persen yang menunjukkan bahwa variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam model penelitian ini. Sedanagkan sisanya yaitu sebesar 0.796 atau 79,6 persen dijelaskan di luar penelitian ini.

o Uji Homser dan Lameshow

Uji *Homser* dan *Lameshow* akan di lakukan untuk menguji apakah data empiris sesuai dengan model sehingga menunjukkan kelayakan model regresi. Jika nilai statistik *Hosmer* dan *Lameshow* lebih besar $\alpha = 0,05$ (5%) menunjukkan bahwa model mampu memprediksi nilai observasi, dapat di artikan model dapat di terima karena sesuai dengan data observasi.

Hasil Uji Hosmer dan Lameshow

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6,729	8	0,566

Sumber : data primer dioleh

Hasil dari uji *Hosmer* dan *Lameshow* pada Tabel diatas dapat diketahui bahwa niali *Chi-square* sebesar 6,729 dengan nilai probabilitas signifikansi sabasar $0,566 > 0,05$ maka model dapat dikatakan fit dan mampu memprediksi nilai observasinya. Dapat menunjukkan bahwa model yang kita inginkan sesai antara nilai observasi dengan model yang diprediksi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dipakai untuk analisis selanjutnya.

C. Uji Signifikansi

1. Uji Signifikansi Simultan

Uji signifikansi simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk kriteria pengunjian adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka semua variabel bebas secara bersama-

sama tidak mempengaruhi variabel terkait. Begitu pula sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka seluruh variabel bebas secara bersama-sama dinyatakan mempengaruhi variabel terkait atau setidaknya ada satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terkait.

Hasil Uji Signifikansi Simultan

		Chi-square	Sig.
Step 1	Step	34.788	0,000
	Block	34.788	0,000
	Model	34.788	0,000

Sumber : data primer di olah

Pada hasil uji signifikansi simultan pada tabel 5.5 terdapat nilai dari *Chi-square* Model sebesar 34,788 dengan nilai probabilitas signifikansi model sebesar $0,000 < 0,05$. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat atau setidaknya terdapat satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.

2. Uji Signifikansi Parsial

Uji Signifikansi Parsial dilakukan agar mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Signifikansi dan Koefisien Regresi

Variabel	B	Wald	Exp(B)
S Age	0.074 (0.038)	3.886	1.077 **
u Edu	0.153 (0.73)	4.367	1.165 **
m Inc	0.000 (0.000)	3.981	1.000 **
e Frek	0.103 (0.064)	2.586	1.108
r Jr	-0.005 (0.006)	0.755	0.995
: Persep	-1.080 (0.470)	5.290	0.339 **
d Constant	-2.300 (1.466)	2.461	0.100

ata primer diolah

Keterangan : Variabel Dependen : *Dummy* WTP; ()

menunjukkan koefisien standar Error; * Signifikansi pada ($\alpha = 10\%$); ** Signifikansi pada ($\alpha = 5\%$); *** Signifikansi pada ($\alpha = 1\%$)

o Variabel Usia

Berdasarkan dari hasil penelitian variabel usia (Age) memiliki probabilitas sebesar 0,049, lebih kecil dari 0,05 . dapat diartikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya tingkat signifikansi 0,049 dengan alpha 5% maka variabel usia memiliki pengaruh signifikan terhadap *Willingness To Pay*. Nilai koefisien menunjukkan tanda positif (+) sehingga variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung. Nilai *Odds ratio* variabel usia sebesar 1,077 yang berarti ketika usia responden lebih tinggi maka kesediaan responden membayar sebesar 1,077 kali lebih besar dibanding dengan responden yang berusia lebih rendah.

- Variabel Pendidikan

Dalam Tabel diatas variabel pendidikan (Edu) memiliki probabilitas sebesar 0,037, lebih kecil dari 0,05 . dapat diartikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya tingkat signifikansi 0,037 dengan alpha 5% maka variabel pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Willingness To Pay*. Nilai koefisien menunjukkan tanda positif (+) sehingga variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung. Nilai *Odds ratio* variabel pendidikan sebesar 1,165 yang berarti ketika pendidikan responden lebih tinggi maka kesediaan responden membayar sebesar 1,165 kali lebih besar dibanding dengan responden yang berpendidikan lebih rendah.

- Variabel Pendapatan

Berdasarkan Tabel diatas bahwa variabel pendapatan (Inc) memiliki probabilitas sebesar 0,046 lebih kecil dari 0,05 . dapat diartikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya tingkat signifikansi 0,046 dengan alpha 5% maka variabel pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Willingness To Pay*. Nilai koefisien menunjukkan tanda positif (+) sehingga variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung. Nilai *Odds ratio* variabel pendapatan sebesar 1,000 yang berarti ketika pendapatan responden lebih tinggi maka kesediaan responden membayar sebesar 1 kali lebih besar dibanding dengan responden yang berpendapatan lebih rendah.

- Variabel Frekuensi

Terdapat pada tabel diatas variabel frekuensi kunjungan (Frek) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,108 angka ini lebih besar dari 0,10. Maka dapat dikatakan H0 diteriman dan H1 ditolak yang artinya tingkat signifikansi sebesar 0,108 dengan alpha 10% maka variabel frekuensi tidak memiliki pengaruh signifikan

terhadap *Willingness to Pay*. Nilai koefisien menunjukkan tanda positif (+) sehingga variabel frekuensi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *willingness to pay*. Nilai *Odds ratio* variabel frekuensi sebesar 1,108 yang dapat diartikan bahwa responden yang memiliki frekuensi lebih tinggi akan memiliki kesediaan membayar sebesar 1,108 kali lebih besar dibanding responden yang memiliki frekuensi lebih rendah.

- Variabel Jarak

Pada Tabel diatas variabel jarak (Jr) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,385 angka tersebut lebih besar dari 0,10 dapat dikatakan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak dapat juga diartikan bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,385 dengan alpha 10%, variabel jarak tidak ada pengaruh terhadap kesediaan membayar untuk pengembangan dan pelestarian objek wisata Kebun Raya Liwa.

- Variabel Persepsi

Dalam Tabel diatas terdapat variabel persepsi pengunjung (Persep) yang memiliki probabilitas sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05 . dapat diartikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya tingkat signifikansi 0,021 dengan alpha 5% maka variabel persepsi memiliki pengaruh signifikan terhadap *Willingness To Pay*. Nilai koefisien menunjukkan tanda negatif (-) dan nilai *Odds ratio* variabel persepsi sebesar 0,339 dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan maka semakin mengurangi nilai *Willingness To Pay* objek wisata Kebun Raya Liwa.

Pembahasan

1. Pengaruh usia terhadap *Willingness to pay*

Hasil dari penelitian variabel usia secara statistik memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai *willingness to pay* untuk pengembangan dan pelestarian lingkungan objek wisata Kebun Raya Liwa, yang berarti ketika usia seseorang semakin meningkat dan semakin padat kesibukan yang

dilakukan maka seseorang akan merasa lelah dan jenuh sehingga membutuhkan rekreasi atau berwisata, dalam hal ini tingkat usia yang tinggi tidak mempengaruhi minat dalam berwisata. Nilai koefisien variabel usia adalah positif, yang berarti semakin tinggi usia maka kesadaran untuk menjaga kelestarian lingkungan akan semakin tinggi dan semakin tinggi pula kepeduliannya terhadap lingkungan objek wisata agar tetap terjaga. Hal tersebut yang menyebabkan usia berpengaruh positif terhadap nilai *willingness to pay*.

2. Pengaruh pendidikan terhadap *Willingness to pay*

Hasil penelitian variabel pendidikan secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap *willingness to pay* pengunjung upaya pengembangan dan pelestarian objek wisata Kebun Raya Liwa. dalam hal ini dapat diartikan ketika pendidikan responden semakin tinggi maka peluang *willingness to pay* akan mengalami kenaikan. Hal ini karena semakin tinggi pendidikan maka semakin tinggi pula kepedulian dan pengetahuan seseorang akan manfaat adanya pelestarian kualitas lingkungan agar semakin baik. Pendidikan yang tinggi akan menciptakan suatu pemikiran yang lebih maju akan kelestarian lingkungan dengan mengetahui dampak-dampak yang akan diperoleh jika merusak lingkungan, sehingga akan menghasilkan perubahan lingkungan yang lebih baik dalam lingkungan sekitar.

3. Pengaruh pendapatan terhadap *Willingness To Pay*

Dari hasil penelitian variabel pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* upaya pengembangan dan pelestarian lingkungan. Variabel pendapatan sangat berpengaruh terhadap WTP karena jika pendapatan responden semakin meningkat maka peluang responden untuk membayar semakin meningkat pula, hal ini disebabkan dengan tingginya pendapatan akan membuat wisatawan memiliki data untuk membayar lebih. Selain itu ketika pendapatan seseorang naik maka keinginan dalam berwisata itu akan semakin meningkat dan hal ini juga sangat mendorong seseorang untuk menyisihkan uang yang dimilikinya

untuk memperbaiki kualitas lingkungan objek wisata agar ketika kembali berkunjung objek wisata memiliki peningkatan kualitas lingkungannya.

4. Pengaruh frekuensi terhadap *willingness to pay*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel frekuensi secara statistik tidak memiliki pengaruh yang signifikan akan tetapi memiliki koefisien positif terhadap *willingness to pay* pengunjung upaya perbaikan dan pelestarian lingkungan Kebun Raya Liwa. Hasil koefisien frekuensi menunjukkan nilai positif, hal ini karena semakin tinggi frekuensi kunjungan responden terhadap wisata, maka semakin besar pula *willingness to pay* yang diberikan karena pengunjung dapat mengetahui tingkat perkembangan objek wisata tersebut. Variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena rata-rata pengunjung objek wisata Kebun Raya Liwa ini berdominasi pengunjung dari luar lingkungan objek wisata dan baru beberapa kali mengunjungi objek wisata Kebun Raya Liwa ini.

5. Pengaruh jarak terhadap *willingness to pay*

Berdasarkan hasil penelitian dalam statistik variabel jarak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata Kebun Raya Liwa. Hal ini disebabkan karena keinginan berwisata akan muncul ketika seseorang merasa bosan dengan lingkungan sekitar sehingga memutuskan untuk melihat suatu keindahan yang ada didalam objek wisata, selain itu dari survei lapangan responden yang sudah memiliki anak akan meluangkan waktu untuk berwisata ketika hari libur walau jarak yang ditempuh cukup jauh sehingga pada hari libur akan lebih ramai pengunjung dari luar daerah yang berjarak cukup jauh.

6. Pengaruh persepsi terhadap *willingness to pay*

Penelitian yang telah dilakukan variabel persepsi mempunyai pengaruh signifikan namun memiliki koefisien negatif terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Dalam hal ini pengunjung dengan persepsi tidak puas terhadap objek wisata Kebun Raya Liwa lebih cenderung memberikan efek nilai *willingness to pay* lebih tinggi. Hal ini terjadi

karena wisatawan memberikan *willingness to pay* agar ketika pengunjung kembali mendatangi objek wisata Kebun Raya Liwa akan melihat banyak perubahan yang lebih positif dan lebih cepat berkembang menjadi tempat wisata yang indah serta membuat pengunjung merasa puas. Selain itu rata-rata dari pengunjung menginginkan agar pengelola menambah lagi fasilitas yang ada dan menambah tanaman yang masih tergolong sedikit.

KESIMPULAN

1. Nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) dalam penelitian ini sebesar Rp 6.500. Sebanyak 266 responden bersedia membayar retribusi masuk objek wisata Kebun Raya Liwa dan 38 responden tidak bersedia untuk membayar retribusi masuk objek wisata Kebun Raya Liwa.
2. Tingkat usia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata Kebun Raya Liwa, yang berarti ketika usia seseorang semakin meningkat dan semakin padat kesibukan yang dilakukan maka seseorang akan merasa lelah dan jenuh sehingga membutuhkan rekreasi atau berwisata, dalam hal ini tingkat usia yang tinggi tidak mempengaruhi minat dalam berwisata. Nilai koefisien variabel usia adalah positif, yang berarti semakin tinggi usia maka kesadaran untuk menjaga kelestarian lingkungan akan semakin tinggi dan semakin tinggi pula kepeduliannya terhadap lingkungan objek wisata agar tetap terjaga. Hal tersebut yang menyebabkan usia berpengaruh positif terhadap nilai *willingness to pay*.
3. Pendidikan secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap *willingness to pay* pengunjung upaya pengembangan dan pelestarian objek wisata Kebun Raya Liwa. Dalam hal ini dapat diartikan ketika pendidikan responden semakin tinggi maka peluang *willingness to pay* akan mengalami kenaikan. Hal ini karena semakin tinggi pendidikan maka semakin tinggi pula kepedulian dan pengetahuan seseorang akan manfaat adanya pelestarian kualitas lingkungan agar semakin baik. Pendidikan yang tinggi akan menciptakan suatu pemikiran yang lebih maju akan kelestarian lingkungan dengan mengetahui dampak-dampak yang akan diperoleh jika merusak lingkungan, sehingga akan menghasilkan perubahan lingkungan yang lebih baik dalam lingkungan sekitar.
4. Pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* upaya pengembangan dan pelestarian lingkungan. Variabel pendapatan sangat berpengaruh terhadap WTP karena jika pendapatan responden semakin meningkat maka peluang responden untuk membayar semakin meningkat pula, hal ini disebabkan dengan tingginya pendapatan akan membuat wisatawan memiliki data untuk membayar lebih. Selain itu ketika pendapatan seseorang naik maka keinginan dalam berwisata itu akan semakin meningkat dan hal ini juga sangat

mendorong seseorang untuk menyisihkan uang yang dimilikinya untuk memperbaiki kualitas lingkungan objek wisata agar ketika kembali berkunjung objek wisata memiliki peningkatan kualitas lingkungannya.

5. persepsi mempunyai pengaruh signifikan namun memiliki koefisien negatif terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Dalam hal ini pengunjung dengan persepsi tidak puas terhadap objek wisata Kebun Raya Liwa lebih cenderung memberikan efek nilai *willingness to pay* rendah. Hal ini terjadi karena wisatawan memberikan *willingness to pay* berdasarkan tingkat kelengkapan fasilitas dan dari tanaman-tanaman yang ada. Selain itu rata-rata dari pengunjung menginginkan agar pengelola menambah lagi fasilitas yang ada dan menambah tanaman yang masih tergolong sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Adekunle, M. A., 2011. Public Willingness To Pay for Ecosystem Service Functions of A Peri-urban Forest Near Abeokuta Ogun State Nigeria. *University of Agriculture, Nigeria*, Volume Vol.4(2), 26 January,2012, pp.45-50, ., p. *Journal of Development and Agricultural Economics* .
- Akbar, M. Z., 2018. *Willingness To Pay Pengembangan dan Perbaikab Kualitas Objek Wisata Tebing Breksi Kabupaten Sleman*. s.l.:Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Basuki, A. T., 2017. *Regresi Logistik Biner*. [Online] Available at: <https://ekonometrikblog.files.wordpress.com/2017/02/regreslogistikbiner.pdf> [Accessed 23 April 2019].
- BPS, 2018. *Lampung Barat Dalam Angka 2018*. Lampung Barat: Badan Pusat Statistik Lampung Barat.
- BPS, 2018. *Provinsi Lampung Dalam Angka Tahun 2018*. Lampung: Badan Pusat Statistik Lampung.
- Burton, D. N., 1994. *Economic Factors and Valuation of Tropical Coastal Resources*. Bergen: University of Bergen.

- Debroy, P. J., 2014. Importance of Mangrove Conservation and Valuation to Women and Men-A Case Study of Pichavaram Mangroves in India. *Gender in Aquaculture and Fisheries*, pp. Navigating Change, 79.
- Djijono, 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Racman, Propinsi Lampung*. IPB: Makalah Pengantar Falsafat Sains, Program Pascasarjana/S3.
- El-Bekkey & Moukrim, A., 2013. An Economic Assessment of The Ramsar Site of Massa (Marocco) with Travel Cost and Contingent Valuation Methods. *Academic Journal*, Volume 7 (6): 441-447.
- Fauzi, A., 2004. In: *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fauzi, A., 2004. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Jakarta: PT. Gramdia Pustaka Utama.
- Fauzi, A., 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan, Cetakan Kedua*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama..
- Fauzi, A., 2010. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gaviria, C. & Martinez, D., 2014. Air pollution and the willingness to pay of exposed individuals in downtown Medellin, Colombia. *Lecturas de Economia*, Volume (80), 153-182.
- Hanley, N. & Spash, C., 1993. In: *Cost Benefit Analysis and The Environment..* s.l.:s.n.
- Jala, & Nandagirib, L., 2015. Evaluation of Economic Value of Pilikula Lake using Travel Cost and Contingent Valuation Methods. *Coastal and Ocean Engineering (ICWROE 2015)*, pp. India, Aquatic Procedia 4 (2015) 1315-1321.
- Kartika, D., 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness To Pay Pengunjung Keraton Yogyakarta Untuk Pelestarian Objek Wisata Heritage di Kota Yogyakarta Pendekatan Contingent Valuation Method (Skripsi)*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- Laumahina, G. & Anastasia, N., 2014. Kesiediaan Untuk Membayar pada Green Residential, FINESTA. *Universitas Kristen Petra*, pp. Vol.2 No.1 82-86.
- Limaei, S. M., 2014. Economic evaluation of natural forest park using the travel cost method (case study; Masouleh forest park, north of Iran). *Journal of Forest Science*, Volume 60(6) , pp. 254-261.
- Mohanty, B. d., 2014. Determination of Willingness to Pay for Entrance fee to National Park. *An Empirical Investigation*, pp. Jurnal Volume. 35, Issue No. 4.
- Pentari, E. D., 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness To Pay Untuk Perbaikan Kualitas Lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Prastyo, N., 2012. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Willingness To Pay Perbaikan Kualitas Desa-Desa Wisata di Kabupaten Sleman Paska Erupsi Gunung Merapi Pendekatan Contingent Valuation Method*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Putri, D. K., 2017. Analisis Willingness To Pay dan Travel Cost Untuk Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan Pantai Marina dan Puri Maerokoco Semarang Menggunakan Sistem Informasi Geografis (Sig). *Jurnal Geodesi Undip*, Volume 6(3), pp. 47-56.
- Rahmawati , C. & Sasana, H., 2014. Analisis Willingness To Pay Wisata Air Sungai Pleret Kota Semarang. (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).
- Samdin, Z. d., 2010. Factors Influencing the Willingness to Pay for Entrance Permit: The Evidence from Taman Negara National Park. *Journal of Sustainable Development*, pp. Vol 3. September. Hal 1-9.
- Saptutyningsih, E. & P. N., 2013. Bagaimana Kesiediaan Untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata?. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, pp. Vol. 14, No 2, 127-136.
- Saptutyningsih, E. S., 2017. Valuing Ecotourism of a Recreational Site in Ciamis District of West Java, Indonesia. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, Volume 10(1), pp. 172-188.

- Sari, K. L., 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Pay Pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Song, X. L. X. & L. C., 2015. Willingness and motivation of residents to pay for conservation of urban green spaces in Jinan, China. *Acta Ecologica Sinica*, pp. 35(4), 89-94.
- Spillane, J. J., 1991. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- UPTD, 2018. *Kebun Raya Liwa*. Lampung Barat: Unit pelaksana Teknis Daerah.
- Yakin, A., 1997. In: *Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan*. Jakarta: Akademi Presindo.
- Yu, B. C. Y. & D. B., 2018. Effects on Willingness to Pay for Marine Conservation : Evidence from Zhejiang Province, China. *Sustainability*, pp. 10(7), 2298.