

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Secara Etimologi pariwisata berasal dari dua kata yaitu “pari” yang berarti banyak/berkeliling, sedangkan pengertian wisata berarti “pergi”. Didalam kamus besar indonesia pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Pendit (1999), pariwisata dapat dikelompokan menjadi beberapa jenis, yaitu :

- 1) Wisata Budaya, merupakan perjalanan wisata dari tempat tinggal ke tempat lain atau luar negeri dengan tujuan untuk mengenal dan belajar mengenai keadaan masyarakat, kebiasaan, adat istiadat, norma-norma, gaya hidup, dan seni budaya.

- 2) Wisata Kesehatan, merupakan perjalanan wisata dengan tujuan untuk menyegarkan tubuh dan jiwa dari aktivitas-aktivitas sehari-hari.
- 3) Wisata Olahraga, merupakan perjalanan wisata dengan tujuan untuk berolahraga atau secara sengaja mengikuti berbagai cabang olahraga baik secara resmi ataupun tidak yang dilaksanakan di dalam atau di luar negeri.
- 4) Wisata Komersil, merupakan perjalanan wisata dengan tujuan untuk berkunjung ke acara-acara komersil.
- 5) Wisata Industri, merupakan kegiatan perjalanan wisata yang lebih banyak dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa dengan maksud untuk melakukan peninjauan dan penelitian ke daerah-daerah kawasan industry.
- 6) Wisata Politik, merupakan perjalanan wisata yang dilakukan untuk mengunjungi atau ikut andil dalam berbagai kegiatan politik baik di dalam ataupun di luar negeri.
- 7) Wisata Konvensi atau MICE (Meeting, Incentives, Conferences, and Exhibitions), merupakan perjalanan wisata dengan tujuan untuk menghadiri kegiatan-kegiatan konvensi.
- 8) Wisata Sosial, merupakan cara mengorganisasi suatu perjalanan wisata yang murah serta mudah untuk memberi peluang kepada masyarakat ekonomi menengah ke bawah untuk mengadakan perjalanan wisata.

- 9) Wisata Pertanian, merupakan perjalanan yang dilakukan dengan mengunjungi proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dengan tujuan untuk melakukan studi ataupun penelitian.
- 10) Wisata Maritim atau Bahari, merupakan wisata yang berkaitan dengan olahraga di air.
- 11) Wisata Cagar Alam, merupakan perjalanan wisata yang mengkhususkan pada kunjungan daerah cagar alam, taman lindung, dan hutan daerah pegunungan.
- 12) Wisata Buru, merupakan perjalanan wisata yang memfokuskan pada daerah-daerah atau hutan tempat berburu yang secara legal yang disahkan oleh pemerintah sebagai wilayah perburuan.
- 13) Wisata Pilgrim (ziarah), merupakan perjalanan wisata yang memfokuskan pada wisata agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat.

c. Unsur-Unsur Pariwisata

Menurut Spillane (1991) terdapat lima unsur industri pariwisata yang sangat penting yaitu:

1) *Attractions* (daya tarik)

Attractions dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *site attraction* dan *event attraction*. *Site attraction* merupakan daya tarik fisik permanen dengan lokasi yang menetap. Sedangkan *event attraction* merupakan pertunjukan yang bersifat kontemporer dan

tempatny dapat berubah-ubah atau dapat dipindahkan dengan mudah.

2) *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan)

Fasilitas lebih condong pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan akan memerlukan tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan sarana prasarana seperti penginapan. Selain itu juga ada kebutuhan akan *support industries* seperti toko *souvenir*, *laundry*, *tour guide*, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

3) *Infrastructure* (infrastruktur)

Meskipun daya tarik dan fasilitas sudah bisa dikatakan bagus, namun infrastrukturnya masih jelek, maka perkembangan pariwisata tidak akan berjalan dengan lancar. Bagian penting dari infrastruktur pariwisata termasuk :

- a) Sistem Pengairan
- b) Jaringan Komunikasi
- c) Fasilitas Kesehatan
- d) Sumber Listrik dan Energi
- e) Sistem Pembuangan Kotoran atau Air
- f) Jalan Raya atau Jalan-Jalan

4) *Transportations* (transportasi)

Dalam dunia pariwisata, kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat diperlukan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata, transportasi baik transportasi darat, laut maupun udara merupakan unsur utama yang secara langsung merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata, yang mengakibatkan pergerakan seluruh roda industri pariwisata mulai dari tempat yang wisatawan tinggal menuju tempat dimana lokasi wisata berada sampai pulang atau kembali ke tempat asalnya.

5) *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang baru memerlukan kepastian masalah keamanan khususnya untuk wisatawan mancanegara yang memerlukan gambaran mengenai tempat tujuan destinasi wisata yang mau dikunjungi. Situasi yang kurang aman mengenai makanan, air, atau perlindungan yang memungkinkan orang menghindari berkunjung kesuatu lokasi objek wisata. Maka kebutuhan dasar seperti keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja pariwisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman dalam perjalanan wisata.

d. Peran Sektor Pariwisata

Hutabarat (1992) menjelaskan peranan sektor pariwisata pada saat ini adalah: yang pertama, sebagai peran ekonomi, peran sosial, dan yang terakhir adalah peran kebudayaan. Ketiga peranan tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Peranan Ekonomi

a) Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dan Pemerintah

Pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan oleh para wisatawan selama melakukan perjalanan dan biaya hidup yang dikeluarkan seperti, untuk penginapan, makan, minum, belanja souvenir, transportasi dan lain sebagainya sebagai pendapatan masyarakat dan pemerintah. Selain itu juga, akan mendorong peningkatan dan pertumbuhan di berbagai sektor lain. Salah satu ciri khas dari pariwisata ialah sifatnya yang bergantung dengan bidang pembangunan sektor lainnya. Maka dari itu, berkembangnya sektor pariwisata akan mendorong bidang-bidang pembangunan lainnya juga ikut berkembang.

b) Pengembangan Pariwisata Memberikan Dampak Positif Terhadap Peluang Usaha dan Kerja

Peluang usaha dan kerja muncul karena adanya permintaan dari wisatawan. Kedatangan wisatawan ke daerah wisata akan membuka kesempatan untuk masyarakat menjadi pengusaha hotel, wisma, rumah makan, wisma warung, kafe,

bar, dan lain-lain. Peluang usaha tersebut akan memberikan pekerjaan kepada masyarakat daerah wisata tersebut, sekaligus menambah pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

2) Peranan Sosial

a) Semakin Luasnya Lapangan Pekerjaan

Fasilitas-fasilitas seperti hotel, rumah makan, kafe, bar dan biro perjalanan merupakan usaha-usaha yang membutuhkan tenaga kerja yang banyak. Menjalankan usaha-usaha tersebut dibutuhkan pegawai atau tenaga kerja yang banyak sehingga akan menciptakan lapangan pekerjaan. Penyerapan tenaga kerja yang menonjol di Indonesia adalah dibidang perhotelan, jasa perjalanan, *tour guide*, dan juga instansi pemerintah yang membutuhkan tenaga kerja terampil. Selain itu juga pariwisata juga menyerap tenaga kerja di bidang konstruksi dan jalan.

3) Peranan Kebudayaan

a) Mendorong Wisatawan Untuk Melestarikan Budaya dan Peninggalan Sejarah

Kekayaan yang beraneka ragam seperti, adat istiadat, kesenian, dan peninggalan sejarah yang ada di Indonesia, selain menjadi daya tarik wisata juga menjadi bahan untuk mengembangkan sektor pariwisata. Maka dari itu perlu adanya

pemeliharaan, pelestarian, dan pengembangan supaya modal utama tersebut tidak rusak atau punah.

b) Mendorong Untuk Memelihara Lingkungan Hidup

Beraneka ragam jenis hewan, tumbuhan, taman laut, lembah, pantai, danau dan sebagainya, merupakan daya tarik wisata. Daya tarik tersebut harus terus menerus dirawat dan dilestariakan, karena dapat dijadikan sebagai aset bangsa untuk mengembangkan sektor pariwisata.

c) Wisatawan Selalu Ingin Menikamati Segala Sesuatu yang Asli dan Memiliki Keunikan Tersendiri

Hal itu akan membuat masyarakat memiliki rasa mempunyai dan mau memelihara keaslian dan keunikan untuk dipertunjukkan kepada para wisatawan.

2. Wisatawan

Jika dilihat dari kata “*wisatawan*” yang berasal dari kata wisata “*wisata*” maka tidaklah tepat sebenarnya sebagai kata pengganti “*tourist*” dalam bahasa Inggris. Kata “*wisata*” berasal dari kata “*sansekerta*” yang artinya perjalanan yang seharusnya dalam bahasa Inggris cocok dengan kata “*travel*”. Maka seharusnya wisatawan sama artinya dengan kata “*travel*” dikarenakan dalam bahasa Indonesia sudah menjadi kebiasaan memakai kata “*wan*” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang (Irawan, 2010).

Adapun pengertian wisatawan antara lain :

- a. Menurut Smith (1998), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.
- b. Menurut WTO wisatawan dibagi dalam tiga bagian yaitu :
 - 1) Pengunjung adalah seseorang yang memiliki hubungan dengan suatu negara yang dia berdiam disana dikarenakan adanya kontrak kerja dengan negara yang dikunjunginya.
 - 2) Wisatawan adalah seseorang yang berkunjung ke suatu negara tanpa mengawatirkan status kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :
 - a) Menggunakan waktu kosong atau luang untuk berekreasi, olahraga, keagamaan, pendidikan dan kesehatan.
 - b) Wisata untuk bisnis atau mengunjungi kerabat.
 - 3) Darmawisata atau *excursionist* merupakan pengunjung yang bersifat sementara kurang dari 24 jam mengunjungi negara lain, termasuk para wisatawan yang menggunakan kapal pesiar atau bus.
 - 4) Menurut Komisi Liga Bangsa-bangsa 1937 (dalam Irawan, 2010), “wisatawan adalah orang yang selama 24 jam atau lebih mengadakan perjalanan di negara yang bukan tempat kediamannya yang biasa.”

- 5) *U.N Conference on Interest Travel and Tourism* di Roma 1963 (dalam Irawan, 2010:12), memakai istilah pengunjung (*visitor*) bagi setiap orang yang datang ke suatu negara yang merupakan bukan asalnya entah dalam keperluan apapun, selain melakukan perjalanan karena dibayar, pengunjung yang dimaksudkan meliputi 2 kategori :
- a) Wisatawan : pengunjung yang pergi ke suatu negara dan tinggal 24 jam atau lebih untuk bersenang-senang, belajar, kesehatan, berlibur, olahraga, keperluan agama, utusan, pertemuan, keluarga dan bisnis.
 - b) *Excurtionist*, yaitu : pengunjung yang datang ke suatu negara kurang dari 24 jam atau tidak bermalam.
- 6) Definisi *UN. Convention Concerning Costums Fasilities for Touring* (dalam Irawan, 2010:12), “setiap orang yang datang ke suatu negara karena alasan yang sah, selain untuk bermigrasi dan yang tinggal setidaknya selama 24 jam dan selama– lamanya 6 bulan dalam tahun yang sama”.
- 7) Di dalam intruksi presiden RI No. 9, 1969, Bab 1 Pasal 1 (Irawan, 2010) dijelaskan bahwa : “wisatawan ialah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggal untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu”. Wisatawan yang berkunjung ke daerah lain biasanya ingin benar-benar menghabiskan waktu luangnya untuk bersantai, ingin berlepas diri

dari kesibukan sehari-hari dan juga benar-benar menyegarkan pikiran mereka. Jadi wisatawan bisa dikatakan pengunjung yang pergi ke suatu daerah yang jauh dari tempat tinggalnya bukan untuk kepentingan rumah ataupun kantor. (Kusumaningrum,2009).

3. Permintaan Wisata

Douglas (1970) dalam Milasari (2010) menjelaskan permintaan wisata dengan banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi, dengan fasilitas-fasilitas yang ada memadai dan bersifat akomodatif terhadap keinginan masyarakat. Sedangkan permintaan pasar sumber daya adalah akumulasi secara kolektif permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya. Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta akan berlawanan dengan harga. Sehingga apabila semakin tinggi harga suatu barang maka jumlah barang yang diminta menjadi semakin kecil atau turun. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil harga suatu barang maka jumlah barang yang diminta menjadi semakin besar atau mengalami eskalasi (Samuelson, 1998).

Permintaan rekreasi sendiri akan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi. Perubahan (eskalasi) kebutuhan rekreasi yang terjadi adalah bagian implikasi dari perubahan pola hidup, kenaikan standar hidup, bertambahnya waktu luang akibat efisiensi, serta kemajuan transportasi,

yang semuanya itu selalu berubah seiring berjalannya perkembangan teknologi (Darusman, 1991).

Terdapat lima bagian pokok permintaan terhadap rekreasi alam terbuka (Lieber, 1983) sebagai berikut:

- a. Mudah ditemui dan dirasakan manfaatnya.
- b. Kegiatan rekreasi sesuai dengan gambaran yang diinginkan oleh wisatawan.
- c. Keadaan harus memungkinkan pengidentifikasian gambaran tersebut.
- d. Terdapat kesempatan untuk publikasi dan sosialisasi.
- e. Memungkinkan suatu penggunaan yang menyenangkan dan efisien.

Apabila bagian-bagian pokok tersebut dapat dipenuhi pada suatu kegiatan rekreasi maka kegiatan tersebut berpotensi menjadi terkenal, sehingga permintaan masyarakat dapat diukur.

Permintaan pariwisata berdampak pada semua sektor perekonomian, diantaranya: perorangan, UKM, sektor pemerintahan, dan sektor swasta (Sinclair dan Stabler, 1997). Berikut faktor-faktor berpengaruh terhadap permintaan pariwisata menurut Medlik Ariyanto (2005) di antaranya adalah:

- a. Harga

Harga yang tinggi pada suatu tujuan wisata berbanding terbalik dengan permintaan wisata, sehingga jika harga suatu tujuan wisata tinggi maka permintaan wisata pun akan berkurang. Begitu pula

sebaliknya, apabila harga di suatu tujuan wisata rendah, maka permintaan wisata pun akan mengalami peningkatan.

b. Pendapatan

Pendapatan individu akan berbanding lurus dengan kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata, apabila pendapatan individu tinggi maka akan semakin tinggi pula kecenderungan memilih tempat wisata. Begitu juga sebaliknya, apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih tujuan wisata akan semakin rendah.

c. Sosial budaya

Sosial budaya yang unik dan tinggi dapat meningkatkan permintaan terhadap wisata. Hal ini dikarenakan adanya daya tarik dan sosial budaya yang berbeda dari daerah asal para wisatawan.

d. Sosial Politik

Konstelasi sosial politik yang aman dapat menaikkan jumlah permintaan wisata. Begitu pula sebaliknya, apabila konstelasi social politik suatu daerah mengalami kerusuhan atau kurang baik maka permintaan wisata pun akan menurun.

e. Intensitas keluarga

Jumlah anggota keluarga yang banyak juga dapat meningkatkan jumlah permintaan wisata yang disebabkan oleh keinginan pada tiap individu anggota keluarga.

f. Harga Barang Substitusi

Barang substitusi di sini dapat diartikan sebagai daerah atau tempat wisata pengganti tujuan wisata yang dijadikan sebagai alternatif kedua dalam berwisata.

4. Travel Cost Method

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).

Metode *travel cost* ini sering digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) (Fauzi, 2010). *Travel cost method* (TCM) juga digunakan untuk memperkirakan nilai yang berhubungan dengan ekosistem, taman, museum, danau, kebun binatang dan pantai yang digunakan untuk tempat liburan. *Travel cost method* (TCM) merupakan metode yang paling pertama kali digunakan untuk mengukur nilai ekonomi tidak langsung (www.bppk.kemenkeu.go.id diakses tanggal 26 Desember 2018).

Travel cost method (TCM) merupakan pendekatan secara tidak langsung terhadap barang atau jasa yang tidak memiliki nilai pasar (*non-market*), dengan mengasumsikan pengunjung pada suatu objek wisata menanggung biaya ekonomi dalam bentuk biaya perjalanan dan waktu selama mengunjungi objek wisata (www.bppk.kemenkeu.go.id diakses tanggal 26 Desember 2018).

Metode biaya perjalanan (*travel cost method*), berguna untuk menentukan nilai daerah alam atau wisata yang menyediakan berbagai hiburan untuk rekreasi, serta daerah-daerah yang seringkali dikunjungi oleh orang-orang untuk kegiatan seperti piknik, tamasya atau darmawisata. Anggapan dasarnya adalah bahwa nilai lingkungan dilihat dari nilai pelayanan rekreasi yang disediakan. Pengaruh langsung dari anggapan ini adalah permintaan untuk rekreasi sama dengan permintaan untuk daerah alam atau wisata. nilai ekonomi objek wisata yang diduga dengan menggunakan pendekatan *travel cost method* (TCM) meliputi biaya transport pulang pergi dari tempat tinggal ke objek wisata dan pengeluaran lain selama diperjalanan dan dilokasi objek wisata meliputi, dokumentasi, konsumsi, parkir, dan biaya lainnya yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi untuk sekali kunjungan. Sehingga *travel cost* atau biaya perjalanan dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan

BPt = Biaya Perjalanan (Rp/orang/hari)

BTr	=	Biaya Transportasi (Rp/orang/hari)
BDk	=	Biaya Dokumentasi (Rp)
BKr	=	Biaya Konsumsi selama rekreasi (Rp/orang/hari)
BP	=	Biaya Parkir (Rp)
BSv	=	Biaya Souvernir (Rp)
BL	=	Biaya Lainnya

Penggunaan *travel cost method* memiliki tujuan untuk mengetahui nilai kegunaan (*use value*) dari sumber daya alam atau lingkungan melalui pendekatan *proxy*. Dengan kata lain, biaya yang dikeluarkan oleh individu untuk mengkonsumsi barang atau jasa dari sumber daya alam digunakan sebagai *proxy* untuk menentukan harga dari sumber daya tersebut (Fauzi, 2010). Secara umum terdapat dua teknik sederhana yang digunakan untuk menentukan nilai ekonomi berdasarkan *travel cost method* (TCM) yaitu :

- a. Pendekatan sederhana melalui zonasi (ZTCM)
- b. Pendekatan *Individual Travel Cost Method* (ITCM)

Pendekatan *travel cost method* melalui zonasi (ZTCM) adalah tipe pendekatan yang relatif murah dan mudah. Tujuan pendekatan ini adalah untuk mengukur nilai dari barang atau jasa rekreasi dari tempat sebuah objek wisata secara keseluruhan. ZTCM diaplikasikan dengan cara mengumpulkan informasi dari jumlah kunjungan ke tempat objek wisata dari berbagai daerah atau zona. Dalam hal ini, biaya perjalanan dan waktu akan meningkat seiring dengan meningkatnya jarak, maka informasi yang akan diperoleh memungkinkan peneliti untuk memperhitungkan

frekuensi kunjungan di berbagai tingkat harga. Informasi yang diperoleh tersebut digunakan untuk membangun fungsi permintaan dan memperkirakan surplus konsumen, atau keuntungan ekonomi untuk barang atau jasa dari suatu tempat objek wisata. Dalam zona *travel cost method* (ZTCM) tempat rekreasi diidentifikasi dan kawasan yang mengelilinginya dibagi kedalam beberapa zona konsentrik yang semakin jauh yang menunjukkan peringkat biaya perjalanan yang semakin tinggi. Survei terhadap para pemakai objek wisata kemudian dilakukan pada lokasi objek wisata untuk melakukan zona asal, tingkat kunjungan, biaya perjalanan, dan berbagai karakteristik sosial ekonomi. Informasi yang diperoleh dari sampel para pengunjung kemudian dianalisis dan data yang dihasilkan dapat digunakan untuk meregresi frekuensi kunjungan yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan berbagai variabel sosial ekonomi.

$$Q_i = f(TC, X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Keterangan:

Q_i = tingkat kunjungan (banyaknya pengunjung dari zona I tiap 1000 penduduk pada zona i)

TC_i = biaya perjalanan

X_n = variabel sosial ekonomi

Regresi tersebut menguji hipotesis bahwasanya biaya perjalanan kenyataannya berpengaruh terhadap tingkat kunjungan. Adanya variabel

lain membantu menghilangkan dampak komponen tingkat kunjungan yang tidak memiliki hubungan dengan biaya perjalanan.

Selanjutnya pendekatan *individual travel cost method* (ITCM) secara prinsip sama dengan pendekatan zonasi, namun dalam pendekatan ini analisis lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistika yang lebih kompleks. Dengan menggunakan data survei, peneliti dapat memulainya dengan cara yang sama seperti metode ZTCM, dengan memperkirakan hubungan antara jumlah kunjungan dengan biaya perjalanan dan variabel relevan lainnya menggunakan analisis regresi. Persamaan regresi memberikan fungsi permintaan untuk rata-rata pengunjung yang datang, dan area dibawah kurva permintaan tersebut merupakan rata-rata surplus konsumen.

Diperlukan asumsi dasar dalam membangun fungsi permintaan dalam TCM agar penilaian sumber daya alam dengan pendekatan ini tidak biasa. Adapun asumsi yang membangun fungsi permintaan tersebut yaitu:

- a. Biaya perjalanan dan waktu digunakan sebagai *proxy* atas harga dari rekreasi.
- b. Waktu perjalanan bersifat netral, artinya tidak menghasilkan utilitas dan disutilitas.
- c. Perjalanan merupakan perjalanan tunggal.

Bentuk persamaa ITCM adalah sebagai berikut:

V_{ij} = jumlah kunjungan wisatawan i pertahun ke objek wisata j

C_{ij} = biaya perjalanan wisatawan i ke objek wisata j

X_i = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kunjungan wisatawan i

Kelebihan dari ITCM dibandingkan dengan ZTCM antara lain:

- a. Lebih menghemat waktu dari segi statistik (proses penghitungan).
- b. Konsistensi teori dalam perumusan model permintaan dan perilaku individu.
- c. Menghindari keterbatasan zona atau lokasi.
- d. Menambah keanekaragaman karakteristik populasi pengunjung diantara suatu zona, serta menghapuskan efek pengunjung dengan tingkat kunjungan nol (*non-participant*).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Topik penelitian yaitu tentang Travel Cost Method. Dimana wisata merupakan sesuatu hal yang menjadi daya tarik bagi siapapun. Tak terlepas dari hal-hal yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitarnya

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun	Judul	Variabel	Metode	Kesimpulan
1.	Aulia Rahman (2016)	Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk di Jakarta Utara	Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk di Jakarta Utara	Metode Biaya Perjalanan	Berdasarkan hasil studi kasus ditemukan nilai biaya perjalanan dengan menghitung surplus konsumen sebesar Rp 318.862,5 per individu per tahun atau Rp 167.822,36 per individu per satu kali kunjungan lebih besar dari kesediaan membayar pengunjung yaitu sebesar

					Rp 28.960,-
2.	Raden Rara Eulis Hendraswati (2009)	Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Cikormoy di Kabupaten Pandeglang dengan menggunakan Metode Biaya Perjalanan	Biaya perjalanan, waktu perjalanan, pendapatan, zona asal pengunjung, persepsi mengenai Cikoromoy sebagai bagian dari Gunung Karang berfungsi mengurangi polusi, dan persepsi fungsi ekologi bahwa ekosistem gunung karang termasuk didalamnya Cikoromoy membantu mengurangi efek global warming.	Travel Cost Method	Hasil penelitian ini menunjukkan dengan memberikan peningkatan mutu pelayanan dan jenis fasilitas dalam kawasan wisata Cokoromoy maka akan meningkatkan kepuasan/utility pengunjung sehingga pada akhirnya nilai <i>willingness to pay</i> juga akan meningkat. Nilai WTP inilah yang dapat dijadikan alternatif dasar penentuan tarif tiket masuk yang baru.
3.	Djijono (2002)	Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung	Biaya perjalanan, biaya transportasi, pendapatan, jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung, pendidikan, waktu kerja per minggu, waktu luang	Metode travel cost	Hasil regresi diketahui bahwa dari ketujuh variabel yang diuji, 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 (<i>willingness to</i>

			per minggu		pay) sebesar Rp11.517,00 per kunjungan, nilai yang dikorbankan sebesar Rp7.298,00 per kunjungan dan Surplus konsumen sebesar Rp 4.219,00 per kunjungan.
4.	Rukmana (2015)	Valuasi Ekonomi Ekowisata Gardu Pandang Ketep, Kabupaten Magelang : Pendekatan Metode Biaya Perjalanan Dan Nilai Ekonomi Total	Variabel independen (biaya perjalanan ke Gardu Pandang Ketep, biaya waktu, pendapatan, jarak, umur, pendidikan, jenis kelamin dan persepsi wisatawan)	Metode travel cost	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan yaitu jarak, umur wisatawan, dan jenis kelamin. Nilai surplus konsumen sebesar Rp278.052,00 per individu per tahun atau sebesar Rp116.828,57 per individu per satu kali kunjungan sehingga Nilai Ekonomi Total Gardu Pandang Ketep sebesar Rp95.356.265.088,00.
5.	Raharjo and Gravitaniani (2005)	The Economic Value of Sangiran Museum, Central Java, Indonesia Application of Travel Cost Method	Biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan penduduk, jarak, dan usia	Metode travel cost	Menunjukkan hasil bahwa biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan penduduk, jarak, dan usia berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan per 1000 penduduk per tahun. WTP per pengunjung adalah Rp11.102,63 (USD 1,31).
6.	Bandara dan Tisdell (2002)	“Willingness to Pay for Conservation of the Asian Elephant in Sri Lanka: A Contingent Valuation Study”	Variabel : willingness to pay, usia, dummy kesadaran responden tentang isu terkini tentang konservasi gajah, dummy	Metode : analisis travel cost method	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, dari 300 orang yang disurvei, sebanyak 88,7 persen (266 orang) memberikan respon positif terhadap pertanyaan yang ditanyakan mengenai kemauan membayar untuk peningkatan konservasi gajah. Hasil dari regresi logit menunjukkan

			<p>perhatian responden mengenai konsevasi gajah, dummy perhatian responden terhadap kebutuhan generasi dimasa depan, jenis kelamin, dummy mengenai pendapat responden tentang pro konservasi, dummy apakah responden dari anggota masyarakat lingkungan, dummy pendapat responden mengenai non use value gajah, Pendapatan responden per bulan, dummy pendapat responden mengenai kegiatan pro pembangunan, dummy pekerjaan, dummy posisi responden</p>	<p>sebagian besar koefisien yang digunakan memberikan respon positif terhadap probabilitas pengunjung untuk mengatakan “ya” pada pertanyaan yang ditanyakan mengenai peningkatan konservasi gajah. Dummy kesadaran responden tentang isu terkini dalam konservasi gajah. Sedangkan variabel social ekonomi, seperti lama pendidikan responden, memberikan pengaruh positif dan signifikan untuk mengatn “ya” dalam upaya peningkatan konservasi gajah. Variabel usia memberikan pengaruh negatif dan signifikan, hal itu menunjukkan semakin dewasa usia responden akan mengurangi peningkatan konservasi gajah.</p>
--	--	--	---	--

			sebagai kepala keluarga, dummy responden sudah pernah mengunjungi taman nasional untuk melihat satwa liar atau gajah dan lama pendidikan		
7.	M. Pirikiya, H. Amirnejad, J. Oladi1, K. Ataie Solout	Determining the recreational value of forest park by travel cost method and defining its effective factors	Variabel dependen : jumlah kunjungan Variabel independen : Umur, Pendidikan, Jumlah anggota keluarga, Penghasilan keluarga, Jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu dalam setahun, Jarak	ZTCM dan ITCM	Temuan juga menunjukkan bahwa variabel yang terlibat, biaya perjalanan, pendapatan dan jarak pengunjung secara statistic signifikan pada tingkat 1% dan keluarga dan pendidikan signifikan pada tingkat 5%. Hasilnya mengungkapkan bahwa taman hutan memiliki nilai rekreasi yang cukup, yang dari sudut pandang ini, dapat membantu pemrogram dan eksekutif, manajer sosial dan ekonomi dalam perencanaan pelestarian dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan.
8.	Firman Zulpikar, Leo Alexander Tambunan, Siti Rahmi Utami, Warsono El Kiyat (2018)	Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method (Case Study: Untung Jawa	Biaya Perjalanan (termasuk Transportasi konsumsi, tiket, parkir, dan biaya lainnya), pendapatan	ITCM	Individual Travel Cost Method (ITCM) dipilih untuk menganalisa tingkat permintaan pariwisata di Untung Jawa. Sampel diambil dari tiga kunjungan musim yang berbeda yaitu hari kerja, akhir pekan, dan hari

		Island, Indonesia)	bulanan rata-rata, jarak ke lokasi, usia pengunjung, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan durasi kunjungan.		libur nasional. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat permintaan wisatawan Pulau Untung Jawa adalah biaya perjalanan, pendapatan, dan jarak ke lokasi. Nilai ekonomi potensial wisata bahari Pulau Untung Jawa adalah Rp68.505.101.600 dengan surplus konsumen Rp397.592 per perjalanan perorangan. Nilai ini lebih tinggi dari rata-rata pengeluaran pengunjung actual yang mencapai Rp 296.860 per perjalanan perorangan. Kegiatan pariwisata memiliki dampak positif pada kondisi ekonomi masyarakat setempat. Hasil penelitian ini telah memberikan informasi yang berguna untuk pengelolaan sumber daya laut yang berkelanjutan.
9.	Firman Zulpikar, Dandy E. Prasetyo, Titis Virgininda Shelvatis, Kinta Karissa Komara, Monica Pramudaw Ardhani	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran	Variabel dependen : tingkat kunjungan Variabel Independen : biaya total perjalanan, jarak tempuh, tingkat pendapatan, lama kunjungan, tingkat pendidikan, usia, jumlah	TCM dan ITCM	Penelitian ini bertujuan Menentukan nilai ekonomi wisata berbasis jasa lingkungan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung ke Pantai Baru Karas. Metode Biaya Perjalanan Individu (Individual Travel Cost Method) dipilih untuk mengestimasi potensi ekonomi aktivitas wisata di Pantai Batu Karas, sedangkan faktor faktor

			anggota		yang
10.	Arif Rahman Hakim, Sri Subanti, Mangara Tambunan	Economic Valuation of Nature-Based Tourism Object in Rawapening, Indonesia: An Application of Travel Cost and Contingent Valuation Method	Variabel dependen adalah jumlah kunjungan yang dilakukan individu atau responden Variabel independen seperti biaya perjalanan, pengalaman yang dikunjungi, karakteristi sosio ekonomi, dan preferensi responden	TCM and CVM	Penelitian ini menemukan faktor-faktor signifikan penentu probabilitas individu untuk bersedia membayar nilai nominal tertentu untuk peningkatan kualitas lingkungan adalah jumlah nominal tawaran, pendapatan, dan pendidikan. Kemudian, determinan dari jumlah kunjungan adalah pengalaman untuk dikunjungi, biaya perjalanan, pendapatan, usia, dan persepsi. Nilai ekonomi ekowisata diperkirakan mencapai Rp7,41 miliar untuk surplus konsumen dan Rp1,65 miliar untuk total manfaat per tahun. Ini menyiratkan bahwanilai ekonomi yang signifikan dari pariwisata berbasis alam akan hilang dari pembangunan berskala besar dengan merendahkan lingkungan alam.

C. Hipotesis

Hipotesis yang digunakan penulis dalam penelitian ini :

1. Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Pantai Laguna Lemburpurwo.
2. Diduga jarak tempuh berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Pantai Laguna Lemburpurwo.
3. Diduga pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Pantai Laguna Lemburpurwo.
4. Diduga fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Pantai Laguna Lemburpurwo.
5. Diduga pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Pantai Laguna Lemburpurwo.

D. Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan kegiatan penelitian yang akan dilakukan serta untuk memperjelas akar pemikiran dalam penelitian ini, berikut gambar kerangka penelitian tersebut.

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran

