

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **a. Pengertian Pariwisata**

Definisi pariwisata menurut Bab I Pasal 1 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

1. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata
2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti: kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat dan yang bersifat alamiah (keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya)
3. Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata.

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan

James J. Spillane (1989) dalam Badrudin (2000) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mencari kepuasan, mencari sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Jenis-jenis pariwisata, menurut James J. Spillane (1989) dalam Badrudin (2000) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik pengunjung (*customer*) untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata adalah sebagai berikut :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, untuk mengendorkan ketegangan syarafnya, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan, dan sebagainya.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali tenaga, dan sebagainya yang akan menunjang kelanjutan dan

3. Pariwisata untuk Kebudayaan (*cultural tourism*)

Jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.

4. Pariwisata untuk Olahraga (*sports tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri.

5. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*)

Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.

6. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)

Banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang *convention tourism*.

Sementara menurut John Urry (1990) dalam Pitana (2005), pariwisata diartikan dengan aktivitas bersantai atau aktivitas waktu luang. Perjalanan wisata bukanlah suatu kewajiban, dan umumnya dilakukan pada saat liburan bebas dari pekerjaan yang wajib dilakukan, yaitu pada saat cuti atau

libur. Selanjutnya, dengan perkembangannya berwisata dapat diidentikkan hanya dengan berlibur di daerah lain.

Berlibur di daerah lain atau memanfaatkan waktu luang dengan melakukan perjalanan wisata, dewasa ini merupakan salah satu ciri dari masyarakat modern. Menurut Wahab (2003), pariwisata dapat dipandang sebagai suatu yang abstrak, misalnya sebagai suatu gejala yang melukiskan kepergian orang-orang di dalam negaranya sendiri (pariwisata domestik) atau penyeberangan orang-orang pada tapal batas suatu negara (pariwisata internasional). Proses bepergian ini mengakibatkan terjadinya interaksi dan hubungan-hubungan, saling pengertian insani, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, motivasi, tekanan-tekanan, kepuasan, kenikmatan dan lain-lain diantara sesama pribadi atau antar kelompok. Pariwisata mengandung tiga unsur, yakni: manusia (sebagai pelaku kegiatan pariwisata), tempat (unsur fisik yang tercakup oleh kegiatan itu sendiri), dan waktu (unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri dan selama berdiam di tempat tujuan).

Menurut *Institute of Tourism in Britain* (1979) dalam Pendit (2006), pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut, mencakup kepergian untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata.

## **b. Objek Wisata Alam**

Menurut Soewantoro (1977) dalam Sari (2007), objek wisata alam adalah sumberdaya alam yang berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan serta ditujukan untuk pembinaan cinta alam, baik dalam kegiatan alam maupun pembudidayaan. Sementara itu, bentuk kegiatan yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam yang mempunyai daya tarik bagi wisatawan dan tata lingkungannya disebut wisata alam. Pada umumnya yang menjadi daya tarik utama wisata alam adalah kondisi alamnya, sedangkan fasilitas seperti rumah makan, pelayanan yang baik, dan sarana akomodasi hanya faktor pendukung untuk melakukan wisata alam. Objek wisata alam dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

### **1. Flora dan fauna**

Jenis flora yang memiliki keunikan dan kekhasan, antara lain: Bunga Edelweiss, Bunga Raflesia, Kantong Semar, dan Lontar. Jenis fauna yang memiliki keunikan dan kelangkaan, antara lain: Badak Bercula Satu, Harimau Jawa, Komodo, dan Orang Utan.

### **2. Keunikan dan kekhasan ekosistem**

Sesuai dengan keadaan geografis kawasan yang sangat bervariasi, keberadaan ekosistem didalamnya akan menunjukkan kekhasan tersendiri. Beberapa tipe ekosistem yang khas adalah ekosistem pantai, hutan, daratan rendah, daratan tinggi, hutan hujan daratan rendah, hutan hujan tropis mangrove, rawa, dan gambut

### 3. Gejala alam

Potensi objek wisata alam berupa gejala alam, antara lain: kawah, sumber air panas, gleiser, air terjun, danau, gua, batu-batuan berukuran besar, dan matahari terbit.

### 4. Budidaya sumberdaya alam

Potensi objek wisata alam berupa budidaya sumberdaya alam, antara lain: sawah, perkebunan, perikanan, dan kebun binatang.

## c. Pengertian Wisatawan

Menurut Cohen (1974) dalam Pitana (2005), seorang wisatawan adalah seorang pelancong yang melakukan perjalanan atas kemauan sendiri dan untuk waktu sementara saja, dengan harapan mendapat kenikmatan dari hal-hal baru dan perubahan yang dialami selama dalam perjalanan yang relatif lama dan tidak berulang. Terdapat ciri-ciri perjalanan wisata yang membedakan wisatawan dari orang-orang lain yang bepergian:

1. Sementara, untuk membedakannya dari perjalanan tiada henti yang dilakukan orang petualang (*tramp*) dan pengembara (*nomad*).
2. Sukarela atau atas kemauan sendiri, untuk membedakannya dari perjalanan terpaksa yang harus dilakukan orang yang diasingkan (*exile*) dan pengungsi (*refugee*).
3. Perjalanan pulang pergi, untuk membedakannya dari perjalanan satu arah yang dilakukan orang yang pindah ke negeri lain (*migrant*).

4. Relatif lama, untuk membedakannya dari perjalanan pesiar (*excursion*) atau bepergian (*tripper*).
5. Tidak berulang-ulang, untuk membedakannya dari perjalanan berkali-kali yang dilakukan orang yang memiliki rumah istirahat (*holiday house owner*).
6. Tidak sebagai alat, untuk membedakannya dari perjalanan sebagai cara untuk mencapai tujuan lain, seperti perjalanan dalam rangka menjalankan usaha, perjalanan yang dilakukan pedagang dan orang yang berziarah.
7. Untuk sesuatu yang baru dan perubahan, untuk membedakannya dari perjalanan untuk tujuan-tujuan lain, misalnya menuntut ilmu.

Menurut WTO (1986), wisatawan internasional ialah setiap orang yang bepergian ke negara yang lain dari negara tempat tinggalnya, tujuan kunjungannya bukan untuk melakukan pekerjaan yang dibayar di negara yang di kunjunginya dan tinggal di sana selama setahun atau kurang dari setahun. Definisi ini mencakup dua kelompok pengunjung yaitu wisatawan internasional dan transit internasional. Seorang wisatawan internasional disebut pengunjung dalam pengertian tersebut di atas yang tinggal setidaknya satu malam tetapi tidak lebih dari satu tahun di negara yang dikunjungi dan tujuan kunjungannya dapat dikategorikan sebagai

1. Kesenangan: liburan, budaya, olahraga, tujuan yang menyenangkan lainnya.
2. Profesional: pertemuan, perutusan, usaha.
3. Tujuan-tujuan lainnya: pendidikan, kesehatan, ziarah.

Menurut Smith (1977) dalam Pitana (2005), wisatawan dibedakan menjadi tujuh kelompok, yaitu:

1. *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, dan bersedia menerima fasilitas seadanya, serta menghargai norma dan nilai-nilai lokal.
2. *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tetapi dengan pengaturan lebih dahulu, dan bepergian dalam jumlah yang kecil.
3. *Off-beat*, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak ikut ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. Biasanya wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.
4. *Unusual*, yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktivitas tambahan, untuk mengunjungi tempat-tempat baru, atau melakukan aktivitas tambahannya bersedia menerima fasilitas apa adanya, tetapi program utamanya tetap harus mendapatkan fasilitas yang

5. *Incipient Mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau kelompok kecil, dan mencari daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standar tetapi masih menawarkan keaslian.
6. *Mass*, yaitu wisatawan yang bepergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya, atau bepergian ke daerah tujuan wisata dengan *environmental bubble* yang sama. Interaksi dengan masyarakat lokal kecil, kecuali dengan mereka yang langsung berhubungan dengan usaha pariwisata.
7. *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya, dan biasanya hanya untuk bersantai atau bersenang-senang, bepergian dalam kelompok besar dan meminta fasilitas yang berstandar internasional.

#### **d. Motivasi Berwisata**

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata, walau motivasi ini seringkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri. Menurut Pearce (1998) dalam Pitana (2005), berpendapat bahwa wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa faktor yakni: kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut:

1. *Physical or physiological motivation* yaitu motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis, antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya.
2. *Cultural Motivation* yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek peninggalan budaya.
3. *Social or interpersonal motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*Prestice*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya.
4. *Fantasy Motivation* yaitu adanya motivasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis.

#### **e. Permintaan Wisata**

Douglas (1970) dalam Milasari (2010) mendefinisikan permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gabungan kelompok partisipasi masyarakat dalam kegiatan

rekreasi secara umum yang dapat diharapkan, bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat. Menurut Wahab (2003), permintaan wisata dapat dibagi menjadi permintaan yang potensial dan permintaan yang aktual (nyata). Permintaan yang potensial ialah sejumlah orang yang memenuhi unsur-unsur pokok suatu perjalanan dan dalam kondisi siap untuk berpergian. Sedangkan permintaan aktual (nyata) adalah orang-orang yang secara nyata bepergian ke suatu daerah tujuan wisata.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rekreasi menurut Clawson dan Knetsch (1975) dalam Milasari (2010), diantaranya:

1. Faktor individu atau faktor yang berhubungan dengan konsumsi potensial, terdiri atas:
  - a. Jumlah individu yang berada disekitar tempat rekreasi.
  - b. Distribusi (penyebaran) geografis daerah konsumen potensial yang berkaitan dengan kemudahan atau kesulitan untuk mencapai areal wisata.
  - c. Karakteristik sosial ekonomi, seperti: umur, jenis kelamin, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan tingkat pendidikan.
  - d. Pendapatan per kapita rata-rata, distribusi pendapatan dari masing-masing individu untuk keperluannya.
  - e. Rata-rata waktu luang dan alokasinya.
  - f. Pendidikan khusus, pengalaman, dan pengetahuan yang

2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan tempat rekreasi, terdiri atas:
  - a. Keindahan dan daya tarik.
  - b. Identitas dan sifat pengelolanya.
  - c. Alternatif pilihan tempat rekreasi lain.
  - d. Kapasitas akomodasi untuk keperluan potensial.
  - e. Karakteristik iklim dan cuaca tempat rekreasi.
3. Hubungan konsumen potensial dengan tempat rekreasi, terdiri atas:
  - a. Lama waktu perjalanan yang diperlukan dari tempat tinggal ke tempat rekreasi.
  - b. Kesenangan (kenyamanan) dalam perjalanan.
  - c. Biaya yang diperlukan untuk berkunjung ke tempat rekreasi.
  - d. Meningkatkan permintaan rekreasi sebagai atribut promosi yang menarik.

#### **f. Valuasi Ekonomi**

Nilai (*value*) merupakan persepsi seseorang; adalah harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu pada suatu tempat dan waktu tertentu. Kegunaan, kepuasan dan kesenangan merupakan istilah-istilah lain yang diterima dan berkonotasi nilai atau harga. Ukuran harga ditentukan oleh waktu, barang atau uang yang akan dikorbankan seseorang untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang diinginkannya. Penilaian (valuasi)

untuk menduga nilai barang dan jasa (Davis dan Johnson, 1987 dalam Djijono, 2003)

Valuasi ekonomi merupakan sebuah upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar tersedia bagi barang dan jasa tersebut. Menurut Hufschmidt, *et al.* (1987), secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dibagi kedalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survey atau penilaian hipotesis yang disajikan sebagai berikut (Djijono, 2003):

#### 1. Pendekatan Orientasi Pasar

a) Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang dan jasa (*actual based market method*):

- Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
- Metode kehilangan penghasilan (*loss of earning methods*)

b) Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:

- Pengeluaran pencegahan (*averted defensif expenditure methods*)
- Biaya penggantian (*replacement cost*)
- Proyek bayangan (*shadow project methods*)

○ Analisis keefektifan biaya

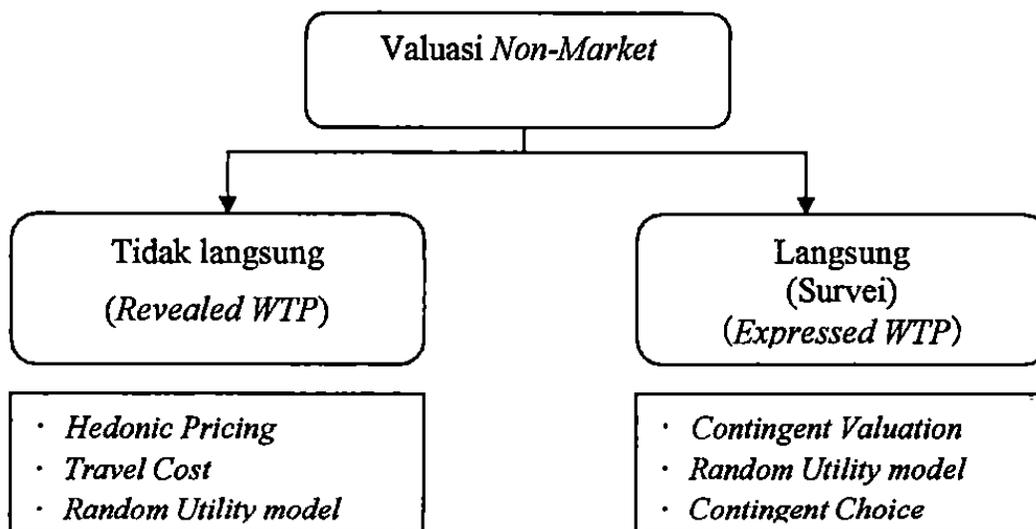
- c) Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*)
  - Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
  - Pendekatan nilai kepemilikan
  - Pendekatan lain terhadap nilai tanah
  - Biaya perjalanan (*travel cost*)
  - Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*)
  - Penerimaan kompensasi/pampasan

## 2. Pendekatan Orientasi Survei

- a) Pertanyaan langsung terhadap kemauan membayar (*Willingness To Pay*)
- b) Pertanyaan langsung terhadap kemauan dibayar (*Willingness To Accept*)

Secara umum, teknik valuasi ekonomi sumber daya yang tidak dapat dipasarkan (*non-market valuation*) dapat digolongkan kedalam dua kelompok. Kelompok pertama adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit dimana WTP terungkap melalui model yang dikembangkan. Teknik ini sering disebut teknik yang mengandalkan *revealed* WTP (keinginan membayar yang terungkap). Beberapa teknik yang termasuk kedalam kelompok yang pertama ini adalah *travel cost*, *hedonic pricing*, dan teknik yang relatif baru yang disebut *random utility model*. Kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survei dimana keinginan membayar atau WTP diperoleh

langsung dari responden, yang langsung diungkapkannya secara lisan maupun tertulis. Salah satu teknik yang cukup populer dalam kelompok ini adalah yang disebut *Contingent Valuation Method* (CVM) dan *Discrete Choice Method* (Fauzi, 2006). Pengklasifikasian valuasi ekonomi *non-market* dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Sumber: Fauzi, 2006

Gambar 1. Klasifikasi Valuasi *Non-Market*

#### g. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Metode Biaya Perjalanan merupakan metode penilaian untuk barang yang tidak mempunyai pasar yang paling sering digunakan. Harold Hotelling pertama kali menggunakan metode ini pada tahun 1947, tetapi mulai diperkenalkan secara formal oleh Wood dan Trice (1958) dan Clawson dan Knetsch (1966) yang kemudian lebih dikenal sebagai Clawson Knetsch

Metode Biaya Perjalanan adalah suatu pendekatan yang melihat preferensi dari perilaku konsumen untuk mengukur dan mengevaluasi manfaat ekonomi dari tempat rekreasi luar ruang (Turner *et al*, 1994). Menurut Harris (1999) *dalam* Andrianto (2003), metode biaya perjalanan adalah suatu metode yang menggunakan analisis statistik untuk menentukan kesediaan membayar individu untuk mengunjungi tempat rekreasi, seperti taman nasional; kurva permintaan sumberdaya diperoleh melalui analisis tentang hubungan antara pilihan kunjungan dengan biaya perjalanan. Berdasarkan asumsi bahwa biaya perjalanan dan biaya waktu dari perjalanan rekreasi adalah harga implisit dari perjalanan tersebut. Kemudian fungsi permintaan dapat diestimasi melalui biaya perjalanan dan frekuensi kunjungan dalam jangka waktu tertentu.

Model yang mendasari metode biaya perjalanan ini yaitu dengan asumsi bahwa orang akan melakukan perjalanan berulang-ulang ke tempat rekreasi tersebut sampai titik dimana nilai marginal utilitas dari perjalanan terakhir bernilai sama dengan nilai marginal biaya baik dalam biaya uang dan biaya waktu yang dikeluarkan untuk mencapai lokasi tersebut. Secara umum, jumlah biaya perjalanan ini adalah biaya pulang pergi ditambah dengan nilai uang dari waktu yang dihabiskan untuk perjalanan dan rekreasi tersebut. Kemudian fungsi permintaan terhadap daerah rekreasi tersebut dapat diestimasi dengan menggunakan biaya perjalanan itu sebagai representasi dari nilai atau harga dari lokasi kunjungan itu (Turner *et al*, 1994).

Metode biaya perjalanan ini mempunyai keunggulan, antara lain adalah (Freeman, 1993 dalam Andrianto, 2003), (1) berdasarkan interpretasi data hipotesis empiris yang lebih sederhana, (2) metode ini berdasarkan perilaku konsumen aktual yang lebih akurat dibandingkan dengan metode kesediaan membayar yang ditentukan oleh responden sendiri (*stated willingness to pay*), (3) survey di tempat wisata (*on-site survey*) yang dilakukan memberikan kesempatan untuk memperbesar populasi sampel, dan hasil interpretasi yang relatif mudah untuk dijelaskan. Namun demikian metode ini bukan tidak mempunyai keterbatasan. Keterbatasan metode biaya perjalanan ini antara lain adalah (Randal, 1994 dalam Andrianto, 2003): (1) metode ini masih merupakan metode penilaian (kuantifikasi) yang tidak langsung menilai kualitas lingkungan disertai dengan keterbatasan asumsi yang digunakan dan membutuhkan penentuan yang dilakukan oleh peneliti (misal dalam penentuan antara responden yang mampu maupun tidak mampu mensubstitusikan waktu dengan pendapatan) dalam perhitungan surplus konsumen, (2) metode ini mempunyai asumsi bahwa responden pengunjung melakukan perjalanan untuk satu tujuan, sehingga apabila responden mempunyai berbagai macam tujuan dalam suatu perjalanan, maka hal ini tidak dapat dikuantifikasikan manfaatnya, (3) metode ini perlu memasukkan biaya imbalan waktu responden sebagai akibat melakukan kegiatan rekreasi, namun pada kenyataannya ada juga responden yang merasa tidak ada penghasilan yang hilang bila melakukan kegiatan rekreasi (Freeman, 1993 dalam Andrianto, 2003).

memasukkan tempat rekreasi alternatif/substitusi tunggal, padahal ada juga responden yang mempunyai lebih dari satu keinginan untuk berekreasi lebih dari satu tempat.

Dalam aplikasinya, metode biaya perjalanan mempunyai beberapa teknik pendekatan, antara lain yaitu (Turner *et al*, 1994):

1. Pendekatan metode biaya perjalanan zonal, yaitu dengan membagi lokasi asal pengunjung untuk melihat jumlah populasi per zona, yang digunakan untuk mengestimasi tingkat kunjungan per seribu orang.
2. Pendekatan metode biaya perjalanan individu, yaitu dengan mengukur tingkat kunjungan individu ke tempat rekreasi dan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu tersebut. Tujuannya adalah untuk mengukur frekuensi kunjungan individu ke tempat rekreasi tersebut.
3. *Random Utility Approach* atau Pendekatan Utilitas acak, yang mengasumsikan bahwa individu akan berkunjung ke suatu tempat berdasarkan preferensi mereka dan individu tersebut tidak menghubungkan atau mengkaitkan antara kualitas tempat wisata dengan biaya perjalanan untuk mencapai tempat tersebut. Sebab itu pendekatan ini memerlukan informasi tentang semua kemungkinan yang dapat mempengaruhi preferensi individu untuk memilih antara kualitas lingkungan atau biaya perjalanan untuk setiap lokasi rekreasi.

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan metode biaya perjalanan individu dengan alasan (Cooper & Leeming, 1990 dan Yen &

Adamowicz, 1993) antara lain adalah: (a) lebih efisien secara statistik (proses perhitungan), (b) konsistensi teori dalam perumusan model permintaan dan perilaku individu, (c) menghindari keterbatasan definisi zona/lokasi, dan (d) menambah heterogenitas karakteristik populasi pengunjung dia antara suatu zona, serta mengeliminasi efek pengunjung dengan tingkat kunjungan nol (*nonparticipant*).

Alasan lainnya yaitu: (1) metode biaya perjalanan dibandingkan dengan metode lain seperti metode kontingensi, dan metode biaya hedonik adalah cukup banyak digunakan untuk melakukan penilaian terhadap kualitas lingkungan dan tersedianya literatur yang cukup memadai serta lebih maju karena sering digunakan, adanya perbaikan-perbaikan dalam perumusan model permintaan rekreasi, dan lebih didasarkan pada pengamatan empiris, tidak seperti metode kontingensi yang banyak mengandalkan pendekatan hipotesis, (2) alasan teknis adalah, metode ini lebih mudah dalam pengambilan dan pengolahan data, dan (3) metode ini tidak memerlukan biaya yang banyak.

Pada dasarnya model biaya perjalanan merupakan pendekatan untuk menilai barang-barang yang tidak memiliki harga seperti lingkungan, taman umum dan juga tempat rekreasi. Metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) pada prinsipnya adalah mengukur kesediaan membayar dari para pengunjung yang dihubungkan dengan kemampuan rekreasi yang diperoleh. Inti

dari pendekatan ini adalah bahwa biaya perjalanan ke suatu tempat rekreasi akan mempengaruhi intensitas kunjungan yang dilakukan oleh seseorang.

Menurut Maulani (2001), metode biaya perjalanan ini kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) seperti memancing, berburu, hiking dan lain sebagainya. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi tersebut. Biaya tersebut merupakan penjumlahan dari biaya transportasi, biaya dokumentasi, biaya konsumsi selama rekreasi, ditambah dengan biaya parkir, dan biaya lainnya yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi untuk satu hari kunjungan.

Rumus :

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

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)

*BL* : Biaya Lainnya (Rp)

Tarif parkir tidak dimasukkan ke dalam perhitungan biaya perjalanan

Untuk menentukan fungsi permintaan dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method/ITCM*) dapat dicari dengan menggunakan rumus berikut:

Rumus untuk ITCM:

$$R_{ij} = f(C_{ij}, X_i)$$

Keterangan:

$R_{ij}$  : Intensitas kunjungan pertahun dari individu  $i$  ke tempat rekreasi  $j$

$C_{ij}$  : Biaya perjalanan individu  $i$  ke tempat rekreasi  $j$

$X_i$  : Faktor-faktor yang menentukan kunjungan individu  $i$ , seperti tingkat pendapatan, umur, tingkat pendidikan, dll.

Model biaya perjalanan dikembangkan untuk menilai manfaat yang diperoleh konsumen dalam memanfaatkan jasa lingkungan atau barang/jasa yang tidak memiliki nilai atau dinilai terlalu rendah. Menurut Hufschmidt *et al.* (1987) pendekatan ini merupakan pendekatan untuk menilai barang-barang yang tidak memiliki harga seperti lingkungan, taman umum dan juga tempat rekreasi. Pendekatan ini telah banyak digunakan di negara-negara maju untuk mendapatkan kurva permintaan terhadap jasa-jasa rekreasi. Inti dari pendekatan ini bahwa biaya perjalanan ke suatu tempat rekreasi akan mempengaruhi intensitas kunjungan yang dilakukan oleh seseorang. Informasi yang diperoleh dari pengunjung akan dianalisis dan data yang dihasilkan digunakan untuk meregresi tingkat kunjungan yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan berbagai variabel sosial ekonomi.

$$Q_i = f(\text{TC}, X_1, \dots, X_n)$$

Dimana  $Q_i$  adalah tingkat kunjungan, TC adalah biaya perjalanan dan  $X_1, \dots, X_n$  adalah banyaknya variabel sosial-ekonomi termasuk tingkat pendapatan dan variabel lain yang sesuai.

Menurut Hufschmidt *et al.* (1987), terdapat beberapa asumsi yang digunakan dalam pendekatan biaya perjalanan:

1. Semua pemakai harus memperoleh manfaat total yang sama dari pemanfaatan tempat rekreasi dan ini sama dengan biaya perjalanan pemakai marjinal (yang paling jauh)
2. Surplus konsumen pemakai marjinal adalah nol
3. Biaya perjalanan merupakan data ganti rugi bagi harga. Hal ini bersandar pada anggapan bahwa ketidakgunaan atau ketidakmanfaatan seseorang menempuh jarak tertentu berasal dari biaya moneter semata-mata.
4. Orang di semua zona jarak akan mengkonsumsi jumlah kegiatan yang sama dengan biaya moneter tertentu.

Dalam aplikasinya, metode biaya perjalanan ini mempunyai beberapa teknik-teknik pendekatan (Turner *et al.*, 1994), antara lain:

1. Metode biaya perjalanan zonal, yaitu dengan membagi lokasi asal pengunjung untuk melihat jumlah populasi per zona, yang digunakan

2. Metode biaya perjalanan individu, yaitu dengan mengukur tingkat kunjungan individu ke tempat rekreasi dan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu tersebut. Tujuannya adalah untuk mengukur frekuensi kunjungan individu ke tempat rekreasi tersebut.
3. *Random Utility Approach* atau pendekatan utilitas acak, yaitu pendekatan yang mengestimasi bahwa individu akan berkunjung ke suatu tempat berdasarkan preferensi mereka dan individu tersebut tidak menghubungkan antara kualitas tempat wisata dengan biaya pendekatan biaya perjalanan untuk mencapai tempat tersebut. Oleh karena itu, pendekatan ini memerlukan informasi tentang semua kemungkinan yang dapat mempengaruhi preferensi individu untuk memilih antara kualitas lingkungan atau biaya perjalanan untuk setiap lokasi rekreasi.
4. Pada awal perkembangannya, penggunaan metode biaya perjalanan untuk menghitung nilai tempat rekreasi menggunakan pendekatan zonal. Namun, belakangan ini metode biaya perjalanan yang telah digunakan beralih menjadi pendekatan individual. Pada prinsipnya pendekatan individual sama dengan pendekatan zonal, namun pada pendekatan ini analisis lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei.

Kunjungan wisatawan dapat dianalisis menggunakan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*). Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang

konsumsi selama rekreasi (total konsumsi selama rekreasi dikurangi biaya konsumsi sehari-hari), biaya transportasi, biaya dokumentasi dan biaya lain-lain. Tarif masuk tidak dimasukkan ke dalam perhitungan biaya perjalanan karena merupakan suatu konstanta.

## B. Penelitian Terdahulu

Telah banyak dilakukan penelitian oleh para peneliti mengenai kunjungan wisatawan dimana setiap tempat wisata mempunyai karakteristik yang berbeda, baik yang menggunakan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*), perbaikan kualitas (*Contingent Valuation Method*) ataupun Regresi Linear yang telah diteliti di Indonesia.

Andrianto (2003) melakukan penelitian menggunakan pendekatan biaya perjalanan dengan aplikasi regresi Poisson. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan biaya perjalanan individu. Asumsi yang mendasari pendekatan biaya perjalanan ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk bepergian ke tempat rekreasi oleh satu orang pengunjung dalam satu kali kunjungan. Biaya tersebut merupakan penjumlahan dari biaya transportasi, biaya dokumentasi, biaya konsumsi selama rekreasi dikurangi dengan biaya konsumsi harian, ditambah dengan biaya parkir dan biaya lainnya yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi untuk satu hari kunjungan. Model yang digunakan untuk mengestimasi permintaan rekreasi menggunakan model regresi Poisson dan

variabel bebas yang terpisah. Hasil analisis regresi Poisson diketahui bahwa biaya perjalanan individu yang mampu mensubstitusikan waktu dengan pendapatan yang semakin meningkat akan memperbesar peluang rata-rata individu untuk berkunjung ke lokasi wisata. Sebaliknya variabel biaya perjalanan individu yang tidak mampu mensubstitusikan waktu dengan pendapatan yang semakin meningkat akan mengurangi peluang rata-rata individu untuk berkunjung ke lokasi wisata.

Susilowati (2004), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*). Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, variabel dependennya adalah intensitas kunjungan individu dan enam variabel independennya yaitu variabel *travel cost* ke Curug Sewu (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain), variabel biaya ke objek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan, dan variabel jarak. Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp 896.734,9,- per individu per tahun atau Rp 224.198,7,- per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung nilai total ekonomi Wisata Alam Curug Sewu sebesar Rp12.377.025.750,- (nilai surplus konsumen per individu per tahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2003). Kemampuan membayar masyarakat atas Wisata Alam Curug Sewu adalah Rp224.198,7,- per individu per kunjungan

masih jauh diatas harga pengeluaran rata-rata yaitu Rp87.652,-. Untuk itu pengembangannya agar lebih ditingkatkan lagi selain dalam hal pengelolaan juga dalam hal pengoptimalan potensi yang dimiliki.

Nurdini (2004) juga melakukan penelitian untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (intensitas kunjungan) pada kawasan Hutan Mangrove Muara Angke dengan menggunakan analisis regresi Poisson. Pendekatan metode biaya perjalanan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan biaya perjalanan individu. Berdasarkan hasil analisis regresi Poisson, diketahui bahwa biaya perjalanan berpengaruh nyata secara statistik terhadap tingkat kunjungan ke Hutan Mangrove Muara Angke pada taraf nyata 15 persen. Nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah negatif yang artinya dengan semakin meningkatnya biaya perjalanan maka akan menurunkan frekuensi kunjungan ke Hutan Mangrove Muara Angke.

Syakya (2005) telah melakukan penelitian mengenai analisis *Willingness To Pay* (WTP) dan strategi pengembangan objek wisata pantai Lampuuk di Nangroe Aceh Darusalam. Hasil penelitian dengan pendekatan *Contingent Valuation Method* ini menyimpulkan bahwa besarnya WTP melalui retribusi masuk dari pengunjung objek wisata Pantai Lampuuk berdasarkan rata-rata adalah sebesar Rp 1.719,20. Nilai ini lebih besar dari yang ditetapkan oleh pemerintah daerah yaitu sebesar Rp 1.000,00. Dengan menaikkan biaya retribusi masuk, diharapkan akan meningkatkan pendapatan daerah, maka pemerintah dapat melakukan pengembangan dan pengelolaan yang lebih baik

Ahmed dkk (2010) juga telah melakukan penelitian yang berjudul "*Factors Affecting the Selection of Tour Destination in Bangladesh: An Empirical Analysis*". Penelitian ini menggunakan pendekatan eksplorasi dan empiris. Studi ini mengumpulkan data melalui wawancara dengan kuesioner terstruktur dari 146 wisatawan, digunakan untuk menganalisis berbagai faktor diantaranya layanan kualitas keindahan, alam, tujuan diketahui, penginapan nyaman, petualangan, keamanan, efektif dan efisien transportasi, makanan yang aman dan kualitas dan fasilitas belanja. Hasil regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan, kecantikan alam, keamanan dan fasilitas belanja yang signifikan secara statistik menunjukkan 24,6% variasi dalam variabel independen dapat dijelaskan niat untuk memilih tur tujuan di Bangladesh.

Basyar (2010) telah melakukan penelitian yang berjudul "*An analysis of motivational factors affecting Middle East tourists visiting Malaysia*". Penelitian ini menggunakan analisis faktor sebagai cara yang tepat untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendasari motivasi. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa "*push dan pull factor*" lebih penting daripada faktor lain di kalangan wisatawan Timur Tengah. Misalnya, "*Novelty dan Prestige*" merupakan peringkat tertinggi di antara "*push factor*". Sedangkan "*pull factor*" yang memiliki peringkat tertinggi adalah "alam, sejarah dan lingkungan". Untuk menangani masalah tersebut pariwisata Malaysia membuat kebijakan pemasaran untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu, untuk menjadi duta potensi industri

pariwisata global dapat dilakukan dengan meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan Timur Tengah.

### C. Hipotesis

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

1. Biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas kunjungan ke Kawasan Wisata Pantai Depok.
2. Jarak tempuh berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas kunjungan ke Kawasan Wisata Pantai Depok.
3. Tingkat pendapatan individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas kunjungan ke Kawasan Wisata Pantai Depok.
4. Tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas kunjungan ke Kawasan Wisata Pantai Depok.
5. Umur berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas kunjungan ke Kawasan Wisata Pantai Depok
6. Waktu luang berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas kunjungan ke Kawasan Wisata Pantai Depok