

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu kata “*pari*” yang berarti halus maksudnya mempunyai tata krama tinggi dan “*wisata*” yang berarti kunjungan atau perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi pariwisata berarti menyuguhkan suatu kunjungan secara bertatakrama dan berbudi.

Secara sederhana, Soekadijo (2000) merumuskan pengertian pariwisata sebagai segala kegiatan dalam masyarakat yang berkaitan dengan wisatawan. Sementara wisatawan sendiri dirumuskan sebagai orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya tersebut. Menurut Mathieson dan Wall dalam Gunn (1994) serta Institut of Tourism in Britain dalam Kusmayadi dan Sugiarto (2000) pariwisata adalah sebuah perjalanan sementara yang dilakukan orang pada suatu tujuan tertentu, dalam jangka pendek, pada tempat yang bukan merupakan tempat yang biasa dikunjunginya (tempat tinggal maupun tempat kerja), dan melakukan kegiatan-kegiatan pada tempat tersebut di mana terdapat beberapa

fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk di dalamnya kunjungan sehari dan darmawisata.

Sementara itu Pendit dalam Sinardi (2009) memberikan definisi pariwisata sebagai gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis pemerintah tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta pengunjung lainnya. Kusmayadi dan Sugiarto (2000) sendiri memberikan penjelasan tentang pariwisata sebagai kegiatan yang mencakup orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya, dan perusahaan-perusahaan yang melayani mereka dengan cara memperlancar atau mempermudah perjalanan mereka atau membuatnya lebih menyenangkan, dengan maksud melakukan perjalanan tersebut bukan untuk usaha melainkan bersantai (Prasetyo, 2012).

Dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan pengertian pariwisata yaitu:

“berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah“.

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Pendit (1999) memperinci penggolongan pariwisata menjadi beberapa jenis, yaitu:

- 1) *Wisata Budaya*, adalah perjalanan wisata atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan seseorang dengan mengadakan kunjungan

atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka.

- 2) *Wisata Kesehatan*, adalah perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam artinya jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang memiliki iklim udara menyehatkan atau tempat yang memiliki fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.
- 3) *Wisata Olahraga*, adalah wisata yang dilakukan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif sebagai peserta olahraga di satu tempat atau Negara seperti Asian Games, Olympiade, Thomas Cup, Uber Cup dan lain-lain. Bisa juga olahraga seperti memancing, berburu, berenang.
- 4) *Wisata Komersial*, yakni perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- 5) *Wisata Industri*, yakni perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian, misalnya, rombongan pelajar yang mengunjungi industri tekstil.

- 6) *Wisata Politik*, yakni perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik, misalnya, ulang tahun 17 Agustus di Jakarta, perayaan 10 Oktober di Moskow, penobatan Ratu Inggris, perayaan kemerdekaan, kongres atau konvensi politik disertai dengan darwawisata.
- 7) *Wisata Konvensi*, yaitu perjalanan yang dilakukan untuk kegiatan konvensi atau konferensi, misalnya APEC, KTT Non Blok.
- 8) *Wisata Sosial*, merupakan pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan seperti kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.
- 9) *Wisata Pertanian* merupakan perorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, lading pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka ragam warna dan suburnya pembibitan ditempat yang dikunjunginya.
- 10) *Wisata Maritim (Marin) atau Bahari* adalah wisata yang dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih-lebih danau, bengawan, teluk atau laut, seperti memancing, berlayar, menyelam, berselancar, balapan mendayung dan lainnya.
- 11) *Wisata Cagar Alam* adalah wisata ini biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan

jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, tanaman lindung, hutan derah pegunungan dan sebagainya.

12) *Wisata Buru* adalah wisata untuk berburu ditempat atau hutan yang telah ditetapkan pemerintah Negara yang bersangkutan sebagai daerah perburuan seperti di Baluran, Jawa Timur untuk menembak babi hutan atau banteng.

13) *Wisata Pilgrim* adalah wisata yang berkaitan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat ini banyak dilakukan rombongan atau perorangan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar, bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin yang dianggap legenda. Contoh makam Bung Karno di Blitar, Makam Wali Songo, tempat ibadah seperti Candi Borobudur, Pura Besakihdi Bali, Sendang Solodi Jawa Tengah dan sebagainya.

14) *Wisata Bulan Madu* adalah suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan, pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

c. Bentuk Pariwisata

Menurut Pendit (1999), bentuk-bentuk pariwisata diklasifikasikan menjadi lima kategori yaitu sebagai berikut :

1) Menurut asal wisatawan

Jika wisatawan berasal dari dalam negeri berarti wisatawan tersebut hanya pindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri selama melakukan perjalanan dinamakan wisatawan domestik. Sedangkan jika wisatawan datang dari luar negeri disebut dengan wisatawan internasional.

2) Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri akan membawa mata uang asing. Dimana pemasukan valuta asing ini memberikan efek positif pada neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi wisatawan, hal ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan perjalanan seorang warga negara ke luar negeri akan berdampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya dinamakan pariwisata pasif.

3) Menurut jangka waktu

Kedatangan wisatawan di suatu daerah atau negara diperhitungkan juga menurut lama tinggal di daerah atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah yang disebut dengan pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang. Istilah tersebut tergantung pada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan di suatu negara untuk mengukur panjang atau pendeknya waktu yang dimaksud.

4) Menurut Jumlah Wisatawan

Bentuk pariwisata ini dibedakan berdasarkan jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan itu datang sendiri atau bersama rombongan. Sehingga muncul istilah yang disebut pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

5) Menurut alat angkut yang digunakan

Pariwisata ini dibedakan menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan mobil, tergantung wisatawan menggunakan kendaraan apa.

d. Unsur Pariwisata

Terdapat lima unsur industri pariwisata yang sangat penting yaitu (Spillane, 1987):

1) *Attractions* (daya tarik)

Attractions dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah/dipindah dengan mudah seperti festival, pameran, atau pertunjukan kesenian daerah.

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

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan lokasi tersebut. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan dan *Support Industries* (toko souvenir, *laundry*, pemandu, daerah festival, dll).

3) *Infrastructure* (infrastruktur)

Jika semakin lama suatu tempat tujuan menarik semakin banyak wisatawan, maka dengan sendirinya akan mendorong perkembangan infrastruktur. Infrastruktur ini termasuk semua konstruksi dibawah dan diatas tanah dari daerah, termasuk: sistem pengairan, jaringan komunikasi, fasilitas kesehatan, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/air, jalan-jalan/jalan raya.

4) *Transportations* (transportasi)

Dalam pariwisata, kemajuan transportasi sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata, baik transportasi darat, udara, maupun laut.

5) *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada di lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi.

e. Peran Sektor Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu gejala sosial yang sangat kompleks, yang menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai macam aspek yang penting, aspek tersebut diantaranya yaitu aspek sosiologis, aspek psikologis, aspek ekonomis, aspek ekologis dan aspek-aspek lainnya. Dari sekian banyak aspek tersebut, aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hamper merupakan satu-satunya aspek yang dianggap sangat penting adalah aspek ekonomisnya.

Pengembangan didalam sektor pariwisata akan berhasil dengan baik, apabila masyarakat luas dapat lebih berperan atau ikut serta secara aktif. Agar masyarakat luas dapat lebih berperan serta dalam pembangunan kepariwisataan, maka masyarakat perlu diberi pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan pariwisata serta manfaat keuntungan-keuntungan apa yang akan diperoleh. Disamping itu, masyarakat juga harus mengetahui hal-hal yang dapat merugikan yang diakibatkan oleh adanya pariwisata tersebut.

Pembangunan di sektor kepariwisataan perlu ditingkatkan dengan cara mengembangkan dan mendayagunakan sumber-sumber serta potensi kepariwisataan nasional maupun daerah agar dapat menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan dalam rangka memperbesar penerimaan devisa atau pendapatan asli daerah, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja terutama bagi masyarakat setempat.

Menurut Hutabarat (1992), peranan pariwisata saat ini antara lain adalah: pertama, peranan ekonomi yaitu, sebagai sumber devisa negara; kedua, peranan sosial yaitu, sebagai penciptaan lapangan pekerjaan; dan yang terakhir adalah peranan kebudayaan yaitu, memperkenalkan kebudayaan dan kesenian.

Ketiga *point* diatas dapat dijelaskan yaitu sebagai berikut:

a. Peran Ekonomi

1. Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah

Peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan persinggahannya seperti untuk hotel, makan dan minum, cenderamata, angkutan dan sebagainya. Selain itu juga, mendorong peningkatan dan pertumbuhan di bidang pembangunan sektor lain. Salah satu ciri khas pariwisata, adalah sifatnya yang tergantung dari terkait dengan bidang pembangunan sektor lainnya. Dengan demikian, berkembangnya kepariwisataan akan mendorong peningkatan dan pertumbuhan bidang pembangunan lainnya.

2. Pengembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan peluang usaha dan kerja. Peluang usaha dan kerja tersebut lahir karena adanya permintaan wisatawan. Peluang usaha dan kerja tersebut lahir karena adanya permintaan wisatawan. Dengan demikian, kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan

membuka peluang bagi masyarakat tersebut untuk menjadi pengusaha hotel, wisma, *homestay*, restoran, warung, angkutan dan lain-lain. Peluang usaha tersebut akan memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk bekerja dan sekaligus dapat menambah pendapatan untuk dapat menunjang kehidupan rumah tangganya.

b. Peran Sosial

1. Semakin luasnya lapangan kerja

Sarana dan prasarana seperti hotel, restoran dan perusahaan perjalanan adalah usaha-usaha yang “padat karya”. Untuk menjalankan jenis usaha yang tumbuh dibutuhkan tenaga kerja dan makin banyak wisatawan yang berknjung, makin banyak pula lapangan kerja yang tercipta. Di Indonesia penyerapan tenaga kerja yang bersifat langsung dan menonjol adalah bidang perhotelan, biro perjalanan, pemandu wisata, instansi pariwisata pemerintah yang memerlukan tenaga terampil. Pariwisata juga menciptakan tenaga di bidang yang tidak langsung berhubungan, seperti bidang konstruksi dan jalan.

c. Peran Kebudayaan

1. Mendorong pelestarian budaya dan peninggalan sejarah.

Indonesia memiliki beraneka ragam adat istiadat, kesenian, peninggalan sejarah yang selain menjadi daya tarik wisata juga menjadi modal utama untuk mengembangkan pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata akan mengupayakan agar modal utama tersebut tetap terpelihara, dilestarikan dan dikembangkan.

2. Mendorong terpeliharanya lingkungan hidup

Kekayaan dan keindahan alam seperti flora dan fauna, taman laut, lembah hijau pantai dan sebagainya, merupakan daya tarik wisata. Daya tarik ini harus terus dipelihara dan dilestarikan karena hal ini merupakan modal bangsa untuk mengembangkan pariwisata.

3. Wisatawan selalu menikmati segala sesuatu yang khas dan asli.

Hal ini merangsang masyarakat untuk memelihara apa yang khas dan asli untuk diperlihatkan kepada wisatawan.

Ciri-ciri pariwisata diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Seseorang yang melakukan perjalanan dan keluar meninggalkan tempat tinggalnya.
- b. Perjalanan itu dilakukan keluar jauh dari lingkungan tempat tinggalnya semula.
- c. Perjalanan itu dilakukan sendirian atau bersama-sama dengan orang lain (rombongan atau *group*).

- d. Perjalanan itu dilakukan hanya untuk sementara waktu dan bias melebihi waktu 24 jam atau sehari-semalam penuh.
- e. Perjalanan itu terkait dengan kegiatan rekreasi, atau usaha menyenangkan dirinya.
- f. Orang-orang yang melakukan perjalanan tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.
- g. Selama dalam perjalanan tinggal disuatu tempat/akomodasi.
- h. Dalam melakukan perjalanan, melalui alat transportasi laut, darat atau udara.

2. Sumberdaya Alam

a. Pengertian Sumberdaya Alam

Sumber daya alam seperti air, udara, lahan, minyak, ikan, hutan, dan lain-lain merupakan sumber daya yang esensial bagi kelangsungan hidup manusia. Hilangnya atau berkurangnya kesediaan sumber daya tersebut akan berdampak sangat besar bagi kelangsungan hidup umat manusia di muka bumi ini. Tanpa udara dan air misalnya manusia tidak dapat hidup. Demikian pula, sumber daya alam yang lain seperti hutan, ikan dan lain sebagainya merupakan sumber daya yang tidak saja mencukupi kebutuhan manusia, namun juga memberikan kontribusi yang cukup besar bagi kesejahteraan suatu bangsa (*wealth of nation*). Pengelolaan sumber daya alam yang baik akan meningkatkan kesejahteraan umat manusia, dan sebaliknya pengelolaan sumber daya

alam yang tidak baik akan berdampak buruk bagi umat manusia. Oleh karena itu, persoalan mendasar sehubungan dengan pengelolaan sumber daya alam adalah bagaimana sumber daya tersebut agar menghasilkan manfaat yang sebesar-besarnya bagi manusia dengan tidak mengorbankan kelestarian sumber daya alam itu sendiri (Fauzi, 2006).

Sumber daya alam dimanfaatkan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat dengan tetap memperhatikan kelestarian fungsi lingkungan hidupnya. Dengan demikian sumber daya alam memiliki peran ganda, yaitu sebagai modal pertumbuhan ekonomi (*resource based economy*) dan sekaligus sebagai penompang system kehidupan (*life support system*). Hingga saat ini, sumber daya alam sangat berperan sebagai tulang punggung perekonomian nasional, dan masih akan diandalkan dalam jangka menengah (RPJM 2010-2014).

Sumber daya alam seperti hutan dan perikanan dieksploitasi secara komersial dan atribut lingkungan seperti kualitas udara adalah aset berharga bahwa mereka menghasilkan arus jasa kepada orang-orang. Sumber daya lingkungan dapat memproduksi empat jenis layanan mengalir ke perekonomian. Pertama, sistem sumber daya lingkungan berfungsi sebagai sumber bahan masukan bagi perekonomian seperti bahan bakar fosil, produk kayu, mineral, air dan ikan. Kedua, beberapa komponen dari sistem sumber daya lingkungan menyediakan layanan pendukung kehidupan dalam bentuk suasana bernapas dan rezim iklim ditinggali. Ketiga, sistem ini menyebar, mengubah dan menyimpan residu

yang dihasilkan sebagai produk dari aktivitas ekonomi. Akhirnya, sistem sumber daya lingkungan menyediakan berbagai macam layanan kemudahan, termasuk kesempatan untuk rekreasi, pengamatan satwa, kesenangan karena pemandangannya indah, dan layanan bahkan mungkin yang tidak berhubungan dengan penggunaan langsung dari lingkungan (Freeman III, 1993).

b. Macam-macam Sumber Daya Alam

Menurut Jupri (2010), sumber daya alam dapat dibedakan berdasarkan sifat, potensi dan jenisnya, yaitu:

1) Berdasarkan sifat

Menurut sifatnya, sumber daya alam dapat dibagi 3 yaitu sebagai berikut:

- a) Sumber daya alam yang terbarukan (*renewable*), misalnya hewan, tumbuhan, mikroba, air dan tanah. Disebut terbarukan karena dapat melakukan reproduksi dan memiliki daya regenerasi (pulih kembali).
- b) Sumber daya alam yang tidak terbarukan (*nonrenewable*), misalnya: minyak tanah, gas bumi, batu bara, dan bahan tambang lainnya.
- c) Sumber daya alam yang tidak habis, misalnya, udara, matahari, energi pasang surut, dan energi laut.

2) Berdasarkan potensi

Menurut potensi penggunaannya, sumber daya alam dibagi beberapa macam antara lain sebagai berikut:

- a) Sumber daya alam materi merupakan sumber daya alam yang dimanfaatkan dalam bentuk fisiknya. Misalnya batu, besi, emas, kayu, serat kapas, rosella, dan sebagainya.
 - b) Sumber daya alam energi merupakan sumber daya alam yang dimanfaatkan energinya. Misalnya batu bara, minyak bumi, gas bumi, air terjun, sinar matahari, energi pasang surut laut, kincir angin, dan lain-lain.
 - c) Sumber daya alam ruang merupakan sumber daya alam yang berupa ruang atau tempat hidup, misalnya area tanah (daratan) dan angkasa.
- 3) Berdasarkan jenis

Menurut jenisnya, sumber daya alam dibagi dua sebagai berikut:

- a) Sumber daya alam nonhayati (abiotik) disebut juga sumber daya alam fisik, yaitu sumber daya alam yang berupa benda-benda mati. Misalnya: bahan tambang, tanah, air dan kincir angin.
- b) Sumber daya alam hayati (biotik) merupakan sumber daya alam yang berupa makhluk hidup. Misalnya: hewan, tumbuhan, mikroba dan manusia.

3. *Willingness to Pay*

a. Pengertian *Willingness to Pay*

Willingness to pay (WTP) adalah kesediaan untuk membayar sejumlah uang kepada konsumen untuk memperoleh barang atau jasa. Zhao and Kling (2004) menyatakan bahwa WTP adalah harga maksimum dari suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada waktu tertentu. Horowitz and McConnell (2001) menekankan pengertian WTP pada berapa kesanggupan konsumen untuk membeli suatu barang . WTP adalah harga pada tingkat konsumen yang merefleksikan nilai barang atau jasa dan pengorbanan untuk memperolehnya (Simonsin and Drolet, 2003). Di sisi lain, WTP ditujukan untuk mengetahui daya beli konsumen berdasarkan persepsi konsumen (Dinauli, 2001).

Kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*) memiliki pengertian lain yakni kesediaan masyarakat untuk menerima beban pembayaran, sesuai dengan besarnya jumlah yang telah ditetapkan. WTP penting untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan kekuasaan monopoli yang dimiliki perusahaan dalam penyediaan produk berkualitas dan harga (Finesta, 2014).

b. Konsep *Willingness to Pay*

Willingness To Pay (WTP) atau keinginan untuk membayar didefinisikan sebagai jumlah yang dapat dibayarkan seorang konsumen untuk memperoleh suatu barang dan jasa. menyebutkan bahwa Zhao dan Kling (2005) menyatakan bahwa WTP adalah harga maksimum dari suatu

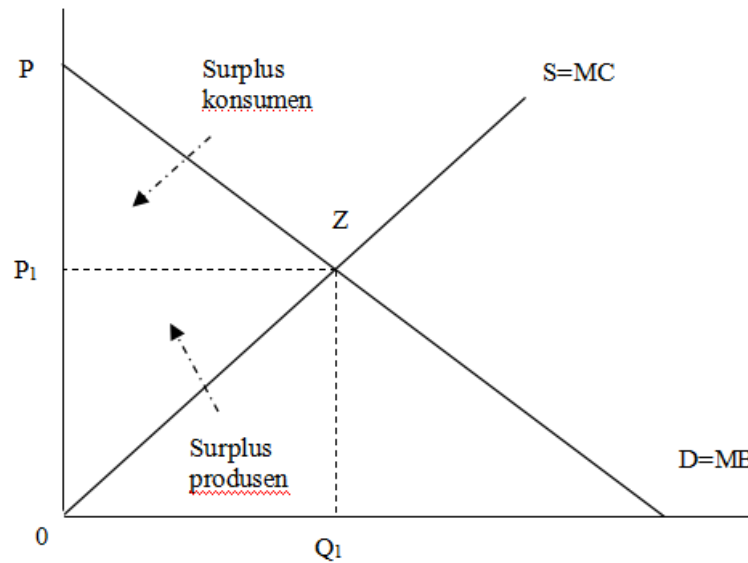
barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada waktu tertentu. Sedangkan Horowitz dan McConnell (2001) menekankan pengertian WTP pada berapa kesanggupan konsumen untuk membeli suatu barang. WTP itu sebenarnya adalah harga pada tingkat konsumen yang merefleksikan nilai barang atau jasa dan pengorbanan untuk memperolehnya (Simonson dan Drolet, 2003). Di sisi lain, WTP ditujukan untuk mengetahui daya beli konsumen berdasarkan persepsi konsumen (Dinauli, 1999).

Erry dkk (2011) menyebutkan bahwa *Willingness to Pay* (WTP) adalah harga maksimum yang konsumen ingin bayarkan terhadap barang dan jasa dan mengukur berapa nilai konsumen ingin bayarkan terhadap barang dan jasa atau dengan kata lain mengukur manfaat marjinal dari konsumen. Secara grafis WTP adalah area di bawah kurva permintaan. Surplus konsumen adalah WTP dikurangi jumlah yang dibayarkan atau jumlah yang ingin dibayarkan oleh konsumen dikurangi dengan jumlah yang secara aktual dibayarkan oleh konsumen.

Adapun surplus produsen adalah jumlah yang dibayarkan oleh produsen dikurangi biaya produksi. Surplus produsen terlibat di pasar. Suplai pasar menggambarkan biaya marjinal untuk memproduksi barang dan jasa, sedangkan permintaan pasar menggambarkan marginal benefit dari mengonsumsi barang dan jasa.

Net Social Benefit atau surplus pasar adalah selisih antara manfaat yang diperoleh masyarakat dari memproduksi sumber daya alam dan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksinya. Efisiensi terjadi di titik Z

yaitu ketika kesempatan yang membuat seseorang menjadi lebih sejahtera tidak membuat orang lain berkurang kesejahteraannya dan dikenal dengan *Pareto efficiency*. Titik optimal terjadi pada saat manfaat sosial bersih (*Net Social Benefit/NSB*) maksimum yaitu $MC=MB$.



Sumber : Besanko dkk.,2000

Gambar 2.1. Surplus Konsumen dan Surplus Produsen

Keterangan:

$OPZQ_1$ adalah WTP

$PZ0$ adalah manfaat sosial bersih

PZP_1 adalah surplus konsumen

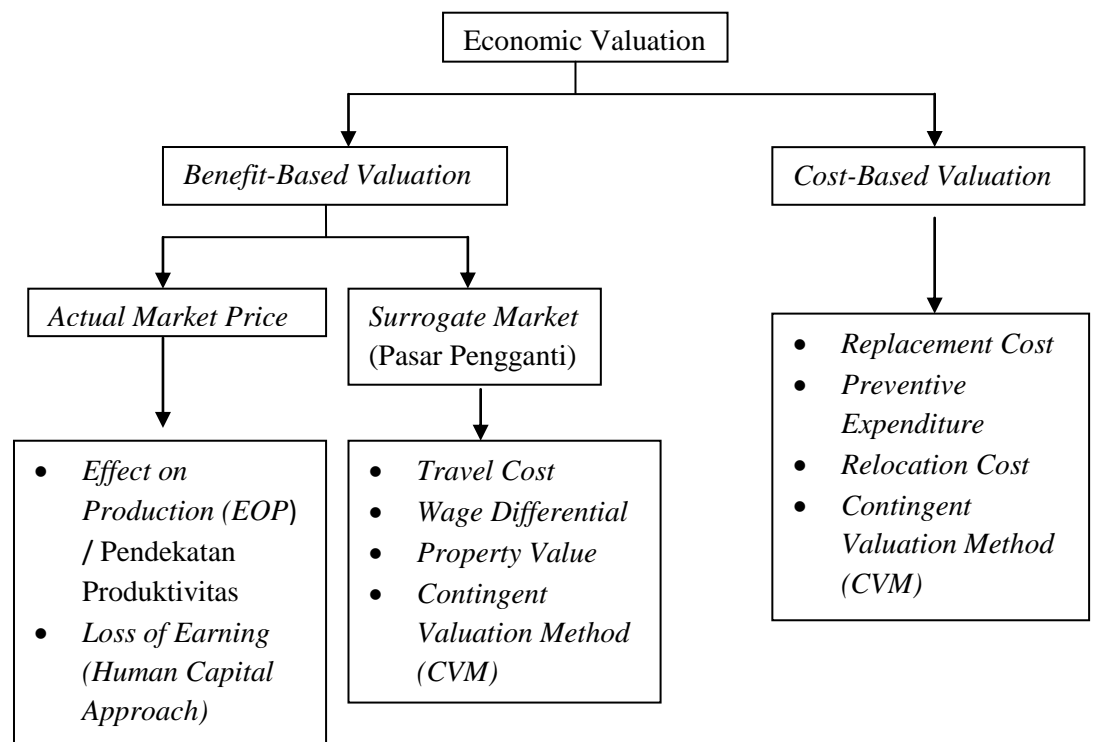
$P_1 Z0$ adalah surplus produsen.

Pada gambar 2.1 di atas permintaan pasar menunjukkan WTP terhadap setiap unit barang dan jasa. Dalam pasar persaingan sempurna $P=MC=MB$ dengan demikian persaingan sempurna menggambarkan

kondisi yang efisien. Pada kasus terjadi eksternalitas dimana aktivitas pelaku pasar mempengaruhi kesejahteraan pihak lain tidak dapat dicerminkan oleh harga pasar maka akan menyebabkan pasar tidak efisien.

4. Valuasi Ekonomi

Penilaian ekonomi atau *economic valuation* adalah sebuah upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan sumberdaya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar tersedia bagi barang dan jasa tersebut. Berikut skema dari penilaian ekonomi.



Sumber : Pearce dan Turner, 1990

Gambar 2.2 Metode Valuasi Ekonomi

a. *Benefit-Based Valuation* (valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan berdasarkan manfaat):

1) *Effect on Production (EOP)* / Pendekatan Produktivitas

Metode ini menggunakan perubahan produktivitas dengan menggunakan nilai pasar yang ada dari suatu komoditi. Dengan mengetahui berapa kuantitas dan harga komoditi yang diperoleh dari sumber daya alam, maka bisa diketahui nilai dari sumberdaya alam tersebut. Teknik ini juga dapat digunakan untuk melakukan valuasi dari dampak lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari suatu kejadian (Nugroho, 2012).

2) *Loss of Earning (LOE)* / *Human Capital Approach (HCA)*

Pendekatan ini mendasarkan pada pemikiran bahwa perubahan pada kualitas lingkungan bisa menyebabkan perubahan pada kesehatan manusia. Penurunan kesehatan manusia akibat dari penurunan kualitas lingkungan ini, akan menyebabkan kerugian moneter, misalnya berupa : 1) penghasilan yang hilang karena mati lebih awal atau karena sakit; 2) bertambahnya biaya perawatan dokter rumah sakit.

3) *Travel Cost* (Biaya Perjalanan)

Teknik ini biasa digunakan untuk menilai suatu kawasan konservasi ataupun tempat wisata dengan cara melihat kesediaan membayar (*willingness to pay*) para pengunjung. Pendekatan ini menunjukkan bahwa nilai suatu kawasan konservasi bukan hanya

dilihat dari tiket masuknya saja, namun juga mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan pengunjung menuju lokasi kawasan konservasi dan hilangnya pendapatan potensial mereka karena waktu yang digunakannya untuk kunjungan tersebut (Nugroho, 2012).

Logika sederhana metode ini yaitu nilai manfaat dari suatu situs atau kawasan akan setara dengan biaya perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat untuk mengunjungi situs tersebut (Turner dkk, 1994). Metode ini dapat mengestimasi manfaat-manfaat ekonomi atau biaya-biaya sebagai hasil dari:

- a) Perubahan-perubahan biaya masuk dari sebuah situs rekreasi.
- b) Pengeluaran terhadap sebuah situs rekreasi yang ada.
- c) Tambahannya sebuah tempat rekreasi baru.
- d) Perubahankualitas lingkungan pada sebuah situs rekreasi.

Travel Cost Method (TCM) memiliki tiga pendekatan, yaitu:

- (1) *Zonal Travel Cost*, dapat dilakukan hanya dengan menggunakan data sekunder dan beberapa data sederhana yang dikumpulkan dari para pengunjung.
- (2) *Individual travel cost*, menggunakan sebuah survey yang lebih terperinci terhadap para pengunjung.
- (3) *Random utility*, menggunakan survey dan data-data pendukung lainnya, serta teknik statistika yang lebih rumit.

TCM merupakan teknik yang pertama kali mengasumsikan bahwa nilai suatu tempat rekreasi berkaitan dengan biaya perjalanan yang dikeluarkan para pengunjung. Akan tetapi, pada prakteknya terdapat beberapa masalah dengan penggunaan metode ini (Turner dkk, 1994), yaitu:

- (1) *Time costs*. Sebuah TCM sederhana mengasumsikan bahwa travel cost hanya berkaitan dengan pengeluaran untuk bahan bakar. Seharusnya, sebuah time cost dimasukkan ke dalam travel cost sebagai sebuah refleksi dari nilai rekreasi sesungguhnya dari para pengunjung.
- (2) *Multiple visit journeys*. Tak jarang para pengunjung dapat mengunjungi lebih dari satu tempat rekreasi dalam satu hari sehingga mengakibatkan travel cost memiliki *margin for error* yang tidak pasti terhadap masalah ini.
- (3) *Substitute sites*. Para pengunjung seringkali mengunjungi sebuah situs yang diukur nilainya dengan TCM hanya sebagai situs pengganti dikarenakan tidak adanya lagi situs yang dekat dengan rumah mereka.
- (4) *House purchase decision*. Sebagian pengunjung akan memutuskan untuk membeli sebuah rumah didekat tempat rekreasi yang dianggap telah memberikan nilai kepuasan saat mengunjunginya.

(5) *Non-paying visitors*. TCM seringkali mengabaikan sebagian pengunjung yang tidak mengeluarkan biaya perjalanan untuk mencapai suatu situs.

Secara ringkas, TCM merupakan sebuah metode sederhana dalam mengestimasi keinginan membayar para pengunjung terhadap suatu situs rekreasi yang didasarkan pada kuantitas permintaan dengan perbedaan harga. Bagaimanapun, terdapat beberapa masalah yang harus diperhatikan sebelum menggunakan metode ini (Mochamad Adrianto, 2010).

4) *Ince differential*

Pendekatan ini secara prinsip serupa dengan pendekatan *property value*. *Ince differential* menggunakan tingkat upah yang dijadikan tolak ukur untuk mengukur kualitas lingkungan. Sehingga perbedaan upah antara pekerja yang bekerja di daerah terpapar polusi dan yang tidak dapat dianggap sebagai indikasi kerusakan lingkungan.

5) *Contingent Valuation Method (CVM)*

Pendekatan *Contingent Valuation Method* merupakan suatu metodologi yang berbasis survei untuk mengestimasi seberapa besar penilaian masyarakat terhadap barang, jasa, serta kenyamanan. Metode ini banyak digunakan untuk mengestimasi suatu nilai yang tidak diperjualbelikan di pasar, sementara metode preferensi (*revealed preference*) tersirat tidak dapat digunakan (Arianto

Patunru, 2004). Metode ini dapat mengetahui tingkat maksimum kerelaan membayar (*willingness to pay*) cukup memberikan informasi yang jelas tentang barang atau jasa tersebut kepada penerima manfaat.

Contingent Valuation Method bertujuan untuk mengetahui keinginan membayar (*Willingness to Pay*) dari masyarakat dan keinginan menerima (*Willingness to Accept*). Teknik ini didasarkan pada asumsi dasar mengenai hak kepemilikan (Garrod dan Willis, 1999), karena itu jika individu yang ditanya tidak memiliki hak atas barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam, maka pengukuran yang relevan adalah keinginan membayar yang maksimum untuk memperoleh barang tersebut. Begitu juga sebaliknya, apabila individu yang ditanya memiliki hak atas sumberdaya alam, maka pengukuran yang relevan digunakan adalah keinginan menerima kompensasi yang paling minimal atas hilang serta rusaknya sumberdaya alam yang dimiliki.

Pendekatan ini memiliki keunggulan-keunggulan sebagai berikut :

- a) Bersifat fleksibel serta dapat diterapkan pada beragam kekayaan lingkungan, tidak hanya terbatas oleh benda atau kekayaan alam yang terukur secara nyata dipasar saja.
- b) Metode ini dapat diterapkan pada semua kondisi dan memiliki dua hal penting, yaitu sering kali menjadi satu-satunya teknik

untuk mengestimasi manfaat, serta dapat diaplikasikan pada berbagai konteks kebijakan lingkungan.

- c) Dapat digunakan pada berbagai macam penelitian barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat.
- d) Metode CVM memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai non pengguna. Seseorang yang menggunakan CVM dapat mengukur utilitas dari penggunaan barang lingkungan bahkan jika digunakan secara langsung.
- e) Nilai non pengguna (*non use value*) dapat diduga menggunakan kapasitas CVM.
- f) Responden dapat dipisahkan ke dalam kelompok pengguna dan non pengguna sesuai dengan informasi yang didapatkan dari kegiatan wawancara, sehingga memungkinkan perhitungan nilai tawaran pengguna dan pengguna secara terpisah.

Contingent Valuation Method (CVM) memiliki keterbatasan utama yaitu timbulnya bias, hal ini terjadi jika dalam penggunaan metode CVM ini muncul nilai *willingness to pay* (WTP) atau *willingness to accept* (WTA) yang lebih tinggi ataupun lebih rendah dari nilai sebenarnya. Menurut Hanley dan Spash (1993), bias tersebut dapat disebabkan karena beberapa hal berikut :

- a) Bias strategi merupakan bias yang disebabkan karena barang lingkungan memiliki sifat *non-excludability* dalam pemanfaatannya, maka akan mendorong terciptanya responden

yang bertindak sebagai *free rider* serta tidak benar dalam memberikan informasi.

- b) Bias Rancangan meliputi cara informasi yang disajikan, instruksi yang diberikan, bentuk pertanyaan dan jumlah serta jenis informasi yang disajikan pada responden.
- c) Bias yang berkaitan dengan kondisi kejiwaan responden ini berhubungan dengan proses pengambilan keputusan seorang individu dalam memutuskan besarnya pendapatan, kekayaan, serta waktunya untuk barang lingkungan tertentu dalam jangka waktu tertentu.
- d) Kesalahan pasar hipotesis dapat terjadi apabila fakta yang ditanyakan kepada responden pada pasar hipotesis membuat tanggapan responden berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga WTP yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai sesungguhnya.

Beberapa tahapan dalam penerapan metode *Contingent Valuation Method*, menurut Hanley dan Spash, 1993 adalah sebagai berikut:

a) Menentukan Pasar Hipotetik

Langkah awal dalam melakukan metode CVM adalah menentukan pasar hipotetik. Pasar hipotetik diperlukan karena tidak adanya pasar jasa lingkungan yang mampu dengan tepat menggambarkan kondisi riilnya. Pasar hipotetik membangun

sebuah alasan mengapa masyarakat seharusnya membayar suatu barang atau jasa lingkungan yang tidak terdapat nilai dalam mata uang, seberapa besar harga barang dan jasa lingkungan tersebut.

b) Penentuan Besarnya Penawaran

Dalam menentukan besarnya penawaran terdapat beberapa jenis metode yaitu:

- (1) *Bidding Game* (metode tawar menawar).
- (2) *Open-Ended Question* (metode pertanyaan terbuka).
- (3) *Close-Ended Question* (metode pertanyaan tertutup dengan disajikan beberapa pilihan jawaban)
- (4) *Payment Card* (metode kartu pembayaran sebagai penentu besarnya nilai).
- (5) *Referendum* (metode yang menggunakan suatu alat pembayaran yang disarankan kepada responden).

c) Pendugaan Besarnya Nilai WTP

Pada dasarnya CVM menanyakan dua jenis pertanyaan yaitu :

- (1) Apakah anda bersedia membayar (*Willingness to Pay*) sejumlah Rp X tiap bulan atau tahun untuk memperoleh peningkatan kualitas lingkungan.
- (2) Apakah anda bersedia menerima (*Willingness to Accept*) sejumlah Rp X tiap bulan atau tahun sebagai kompensasi atas diterimanya kerusakan lingkungan.

d) Perkiraan Rataan dan Nilai Tengah WTP

Nilai rata-rata dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar nilai WTP dari individu-individu yang disurvei secara mudah. Dugaan rata-rata WTP dapat dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Keterangan:

EWTP : Dugaan Rataan WTP

W_i : Nilai WTP ke-*i*

n : Jumlah Responden

i : Responden ke-*i* yang bersedia membayar (*i* = 1,2,3,.....,n).

e) Penjumlahan Data

Penjumlahan data adalah proses dimana nilai rata-rata penawaran dikonversikan terhadap jumlah populasi yang dimaksud. Jadi, nilai total WTP dapat ditentukan menggunakan rumus :

$$TWTP = EWTP \cdot N_i$$

Dimana :

TWTP : Total WTP

EWTP_i : Rata-rata WTP

N_i : Jumlah Populasi

f) Evaluasi Penggunaan CVM

Pada tahap ini penerapan CVM dinilai keberhasilannya. Dimana penilaian dilakukan dengan mengajukan pertanyaan mengenai seberapa baik pasar hipotetik dapat meliputi keseluruhan barang atau jasa lingkungan yang ada, seberapa besar pemahaman individu terhadap pasar hipotetik serta seberapa besar kepemilikan individu terhadap barang atau jasa lingkungan yang terdapat dalam pasar hipotetik.

b. Valuasi Ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan berdasarkan biaya
(*Cost Based Valuation*)

1) *Replacement Cost* (Biaya Pengganti)

Pendekatan ini didasarkan atas pemikiran bahwa biaya yang digunakan untuk mengganti aset produktif yang rusak akibat adanya dampak lingkungan yang kurang baik. Pengeluaran dalam bentuk finansial untuk mengganti fungsi lingkungan diukur berdasarkan kerelaan membayar terkecil agar manfaat yang diterima tetap dapat dipertahankan.

2) *Preventive Expenditure* (Biaya Pencegahan)

Metode ini menggunakan pengukuran biaya yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya penurunan kualitas lingkungan. *Preventive expenditure* berguna untuk mengukur nilai guna tidak langsung dimana teknologi pencegahan kerusakan lingkungan telah tersedia.

3) *Relocation Cost* (Biaya Relokasi)

Metode *relocation cost* dibangun berdasarkan prinsip bahwa individu yang merasa terancam dengan kondisi lingkungan yang memburuk akan melakukan relokasi ke tempat lain. Biaya relokasi ini dapat dijadikan acuan untuk mengukur hilangnya manfaat akibat penurunan kualitas lingkungan.

B. Penelitian terdahulu

Berdasarkan penelitian Mekonnen (2011) dengan judul “*Estimating the Economic Value of Wildlife the Case of Addis Ababa Lions Zoo Park*” yang dilakukan di Ethiopia. Penelitian ini menggunakan metode Contingent Valuation Method (CVM), variabel pada penelitian ini adalah TCM dan CVM. Hasil penelitian ini menunjukkan penelitian ini tampaknya tidak berhubungan dengan model *bivariate probit* untuk menurunkan fungsi permintaan dengan nilai penggunaan rekreasi satwa liar dan Model probit dipotong untuk memperkirakan kontribusi non nilai penggunaan satwa liar. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa rata-rata WTP untuk konservasi satwa liar adalah positif dan didekati untuk 8 ETB dan WTP tahunan sekitar 17.160.634 ETB per tahun. Dan nilai rekreasi total taman adalah sekitar diperkirakan 11, 767,287ETB per tahun dan surplus manfaat rekreasi atau konsumen total diperkirakan 5.603.470 ETB per tahun. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai ekonomi total satwa liar untuk Addis Ababa Zoo Park termasuk penggunaan dan nilai-nilai non digunakan adalah

28,927,921ETB per tahun. Berdasarkan hasil survei dan dari temuan sebelumnya dilaporkan dalam literatur, nilai-nilai non-penggunaan tampaknya memainkan peranan penting dalam menjelaskan sikap masyarakat terhadap pelestarian satwa liar.

Bandara and Tisdell (2002) telah meneliti tentang "*Willingness to pay for conservation of the asian elephant in Sri Lanka: a contingent valuation study*". Penelitian ini menggunakan metode analisis *non-linear logit regression*. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah WTP, usia, pendapatan, posisi dalam keluarga, kepentingan rekreasi, sikap terhadap isu-isu di konservasi gajah, dan sikap terhadap pilihan manajemen alternative. Hasil regresi dari variabel-variabel tersebut dari 300 responden yang disurvei dalam penelitian ini, 266 (88,7 persen) menjawab positif terhadap pertanyaan prinsip pembayaran, serta memberikan pandangan dan persepsi mereka tentang sifat sebenarnya dari masalah konservasi gajah, penggunaan alternatif gajah, dan makna sejarah, budaya dan agama spesies ini satwa liar. Berdasarkan hasil analisis bahwa ada kasus ekonomi yang kuat untuk menjamin kelangsungan hidup gajah liar di Sri Lanka. Ada bukti kuat bahwa populasi gajah liar di Sri Lanka adalah Kaldor-Hicks lebih baik untuk ketidakhadiran mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Bandara and Tisdell (2003) dengan judul "*The Economic Value of Conserving the Asian Elephant: Contingent Valuation Estimates for Sri Lanka*" menggunakan analisis regresi logit. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang

mempengaruhi tanggapan responden untuk prinsip pembayaran, umur, nilai dari pertanyaan WTP, kesadaran tentang isu-isu konservasi saat ini, pendapat tentang nilai penggunaan gajah, pendapatan pribadi, sikap terhadap kegiatan pro-pembangunan, posisi dalam keluarga, tahun sekolah. Penelitian ini dilakukan untuk survei sampel penduduk perkotaan di wilayah metropolitan Kolombo untuk menentukan kesediaan mereka untuk membayar untuk konservasi gajah Asia di Sri Lanka. Temuan analisis ini menunjukkan bahwa ada kasus ekonomi yang kuat untuk menjamin kelangsungan hidup gajah liar di Sri Lanka. Ada bukti kuat bahwa populasi saat ini gajah liar di Sri Lanka secara ekonomi lebih baik untuk ketidakhadiran mereka mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan, penduduk perkotaan dan petani. Mayoritas responden disukai kelangsungan hidup gajah liar, dan bersedia membayar (WTP) Rs 110,16 per bulan untuk total Rs 1.322 per tahun rata-rata untuk jangka waktu lima tahun untuk mendukung tujuan ini. Ekstrapolasi nilai ini ke pusat-pusat perkotaan lainnya di Sri Lanka, kami menemukan bahwa urban penghuni yang WTP Rs . 506.700.000 per bulan, sebesar Rs 2,713.3 juta per tahun dan Rs 40248610000 untuk jangka waktu lima.

Renushree and Uma (2010) menulis penelitian dengan judul “*Willingness to pay Toward Lake Conservation – Case Study Of Karanji Lake, Mysore*”. Penelitian ini didasarkan pada observasi lapangan dan data primer dari pengunjung, dimana penelitian ini menggunakan metode CVM. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah WTP (*Willingness to Pay*), jenis kelamin, asal, umur, eksklusif atau bagian dari perjalanan besar, pendidikan,

tujuan, pekerjaan, gaji perbulan. Hasil penelitian ini menunjukkan dari 76 responden (52 persen) adalah perempuan (52 persen) dan laki-laki (47,4 persen), di mana wisatawan dari dengan di dan sekitar Mysore sebagian besar daerah (63,2 persen), dan dari kabupaten lain (26,3 persen) membentuk populasi besar yang disurvei, bervariasi dalam usia di bawah 18 untuk lebih dari 60, tapi jatuhnya mayoritas di kelompok usia 18-25 (35,2 persen) dan 25-40 (50,0 persen). (44,1 persen) responden datang sebagai eksklusif perjalanan untuk danau dan (21,1 persen) responden ini adalah bagian besar dari perjalanan yang lebih besar untuk Mysore. Karena mayoritas terdiri dari kelompok mahasiswa komponen pendapatan bulanan gagal, mereka tidak menjawab pertanyaan ini. Kelompok pendapatan terdiri Rs10000-15000 (11,8 persen) Rs 15000-2500 (9,2 persen) lebih besar dari Rs 25000 (14,5 persen). Untuk Jumlah pertanyaan kali dikunjungi, responden menjawab untuk 2 dan 3 kali terjadi menjadi lebih jumlahnya (28,9 persen) (42,2 persen) masing-masing. Berkenaan Kesiapan untuk membayar pertanyaan yang tema pusat penelitian kami, respon tak terduga dari literatur yang didirikan. Hanya (31,5 persen) bersedia membayar dan beristirahat (68,42 persen) tidak bersedia.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2008) tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengunjung Agrowisata Taman Wisata Mekarsari dengan Metode Kontingensi”. Penelitian ini menggunakan frekuensi kunjungan wisatawan sebagai variabel dependen dan variabel independennya adalah tingkat pendapatan, biaya perjalanan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, jarak tempat tinggal, lama mengetahui Taman

Wisata Mekarsari (TWM), jumlah tanggungan keluarga, hari kunjungan, jumlah rombongan, kesediaan membayar, lama berada di lokasi dan waktu tempuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada level signifikansi satu persen, variabel tingkat pendidikan, lama mengetahui Taman Wisata Mekarsari dan jumlah tanggungan keluarga mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. Variabel tingkat pendapatan dan biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan pada level lima persen. Pada level 10 persen, variabel kesediaan membayar mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Mekarsari sedangkan variabel jenis kelamin dan waktu tempuh mempengaruhi frekuensi kunjungan dengan level 15 persen. Pada level 20 persen, variabel hari kunjungan dan lama berada di lokasi wisata juga mempengaruhi frekuensi kunjungan.

Mahat and Koirala (2004) telah meneliti tentang “*Economic Valuation of The Central Zoo of Nepal*”. Penelitian ini menggunakan metode analisis TCM, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah travel cost, total biaya, biaya jarak untuk setiap individu, biaya waktu, dan biaya masuk ke situs. Penelitian ini menunjukkan bahwa proporsi yang lebih tinggi dari anak-anak sekolah dan remaja mengunjungi kebun binatang dibandingkan dengan kelompok usia lainnya dan profesi. Brahmana, Chhetri dan Newar yang dominan mengunjungi kasta-kelompok. Akses ke publik ekonomis transportasi seperti bus, tempo dan microbuses telah memfasilitasi kedatangan proporsi tinggi pengunjung dengan pendapatan yang relatif rendah ke kebun binatang. Sebagian besar pengunjung Nepal dan ekspatriat. Tingkat

pendidikan dari pengunjung dan afiliasi mereka dengan organisasi lingkungan terkait tidak penentu yang signifikan dari jumlah dan sifat kunjungan mereka. Ditemukan bahwa ada hubungan terbalik antara biaya perjalanan dan jumlah kunjungan kebun binatang. Nilai per kapita ekonomi kebun binatang diperkirakan USD 3,15. Penelitian ini merekomendasikan bahwa) kebersihan lingkungan di dalam kebun binatang ditingkatkan, b) tingkat kepuasan pengunjung akan dinilai, dan c) dana sumber diidentifikasi untuk memperluas layanan kebun binatang serta wilayah teritorialnya.

Penggunaan CVM yang pernah dilakukan oleh Saptutyingsih (2007) dengan judul “Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap *Willingness to Pay* untuk Perbaikan Kualitas Air Sungai Code di Kota Yogyakarta”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbedaan antara pria dan wanita, keberadaan anak dalam keluarga, tingkat pendapatan, lama tinggal, kualitas air sungai Code, dan ada atau tidaknya kegiatan. Penelitian tersebut menyimpulkan, gender, keberadaan anak dan pendapatan berpengaruh terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas air sungai Code di Kota Yogyakarta. Apabila pendapatan meningkat sebesar 1 rupiah maka *willingness to pay* akan naik sebesar 0,0005 rupiah, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin tinggi keinginan untuk memperbaiki kesehatan melalui perbaikan kualitas lingkungan khususnya kualitas air Sungai Code. Ada atau tidaknya aktifitas mempunyai pengaruh terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas air sungai Code di Kota Yogyakarta. Lama tinggal dan level kualitas air sungai

Code tidak berpengaruh terhadap willingness to pay untuk perbaikan kualitas air sungai Code di Kota Yogyakarta.

Penelitian dari Bandara and Tisdell (2003) dengan judul "*Does the Economics Value of the Asian Elephant to Urban Dwellers Exceed their Cost to the Farmers? A Sri Lankan Study*" menggunakan metode analisis regresi logit. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah WTP untuk konservasi gajah, ukuran rumah tangga, jenis kelamin, usia, tahun sekolah, pendapatan pribadi, jumlah penghasilan. Penelitian ini dilakukan untuk survei sampel penduduk perkotaan di wilayah metropolitan Kolombo untuk menentukan kesediaan mereka untuk membayar untuk konservasi gajah Asia di Sri Lanka. Penerapan analisis logit menunjukkan bahwa tahun-tahun sekolah, pendapatan, usia, nilai tawaran, sikap pro-konservasi, pengetahuan tentang isu-isu yang berkaitan gajah, dan menggunakan nilai non gajah adalah penentu signifikan tanggapan responden terhadap pertanyaan WTP elisitasi . Diperkirakan sebagai hasil analisis ini bahwa WTP penduduk kota 'untuk konservasi gajah di Sri Lanka cukup untuk mengkompensasi petani untuk kerusakan disebabkan oleh gajah. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan kompensasi petani untuk gajah kerusakan sehingga mereka akan mentolerir gajah di bidang pertanian mereka mungkin layak. Kesimpulannya, temuan keseluruhan analisis ini menunjukkan bahwa ada kasus ekonomi yang kuat untuk memastikan kelangsungan hidup gajah liar di Sri Lanka. Selain itu, ada bukti kuat bahwa saat ini populasi gajah liar di Sri Lanka secara ekonomi lebih

baik untuk ketidakhadiran mereka mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan, penduduk perkotaan dan petani.

C. Hipotesis

Penelitian ini menguji tentang frekuensi berkunjung dan *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
2. Diduga lama pendidikan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
3. Diduga fasilitas berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
4. Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
5. Diduga umur berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
6. Diduga tingkat penghasilan berpengaruh positif terhadap WTP ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

7. Diduga lama pendidikan berpengaruh positif terhadap WTP ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
8. Diduga usia berpengaruh positif terhadap WTP ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
9. Diduga frekuensi berkunjung berpengaruh positif terhadap WTP ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
10. Diduga fasilitas berpengaruh positif terhadap WTP ke Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.