



**VALUASI EKONOMI WISATA PANTAI BALEKAMBANG  
KABUPATEN MALANG DENGAN METODE BIAYA  
PERJALANAN (*TRAVEL COST METHOD*)**

**SKRIPSI**

Oleh  
**Abdul Haris Hidayatullah**  
**NIM 160810101122**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
JURUSAN ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2020**



**VALUASI EKONOMI WISATA PANTAI BALEKAMBANG  
KABUPATEN MALANG DENGAN METODE BIAYA  
PERJALANAN (*TRAVEL COST METHOD*)**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Pembangunan (S1)  
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

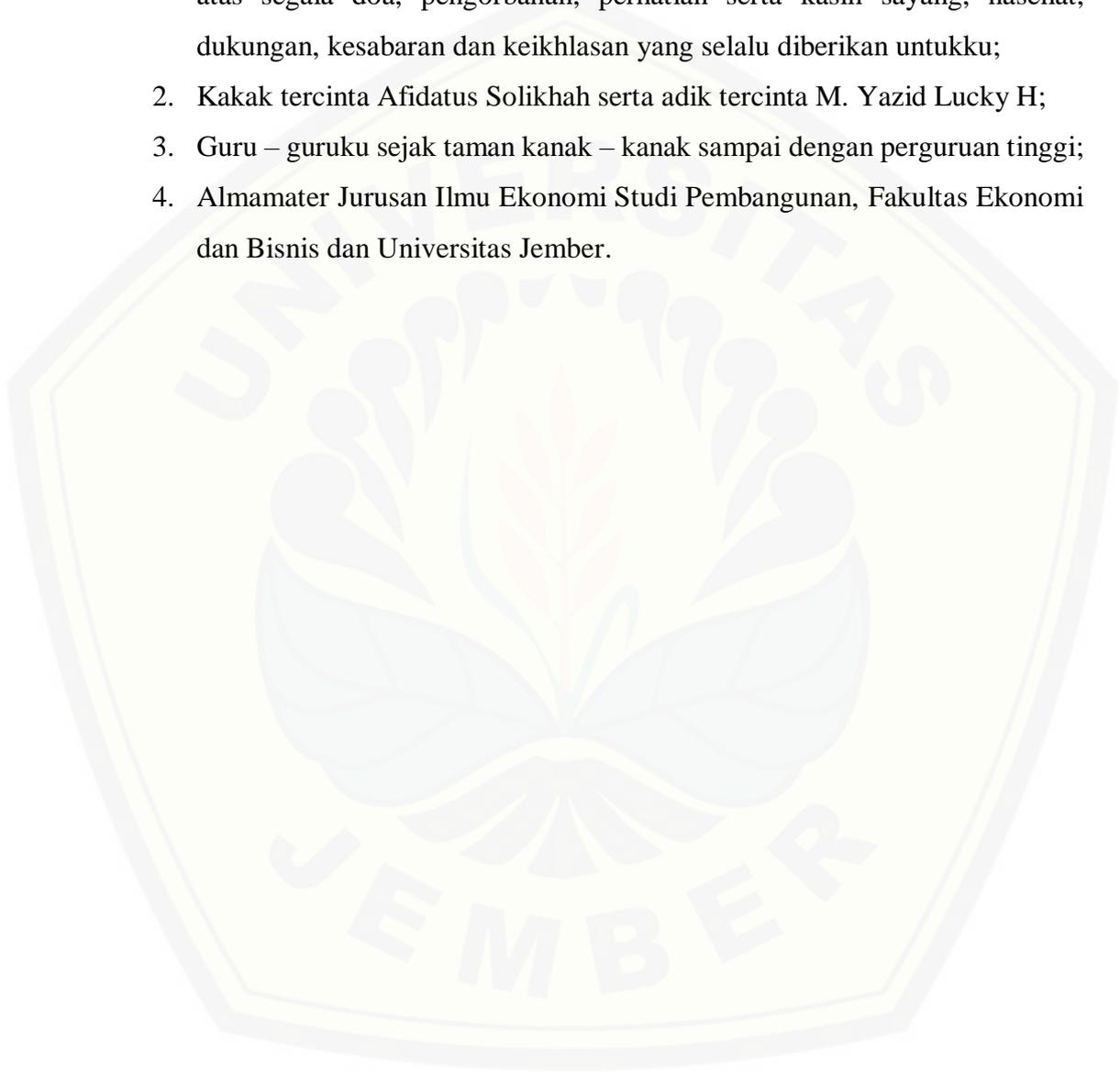
Oleh  
**Abdul Haris Hidayatullah**  
**NIM 160810101122**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
JURUSAN ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2020**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda tercinta Su'ud Hidayat dan ibunda tercinta Asnafiah, terima kasih atas segala doa, pengorbanan, perhatian serta kasih sayang, nasehat, dukungan, kesabaran dan keikhlasan yang selalu diberikan untukku;
2. Kakak tercinta Afidatus Solikhah serta adik tercinta M. Yazid Lucky H;
3. Guru – guruku sejak taman kanak – kanak sampai dengan perguruan tinggi;
4. Almater Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Universitas Jember.



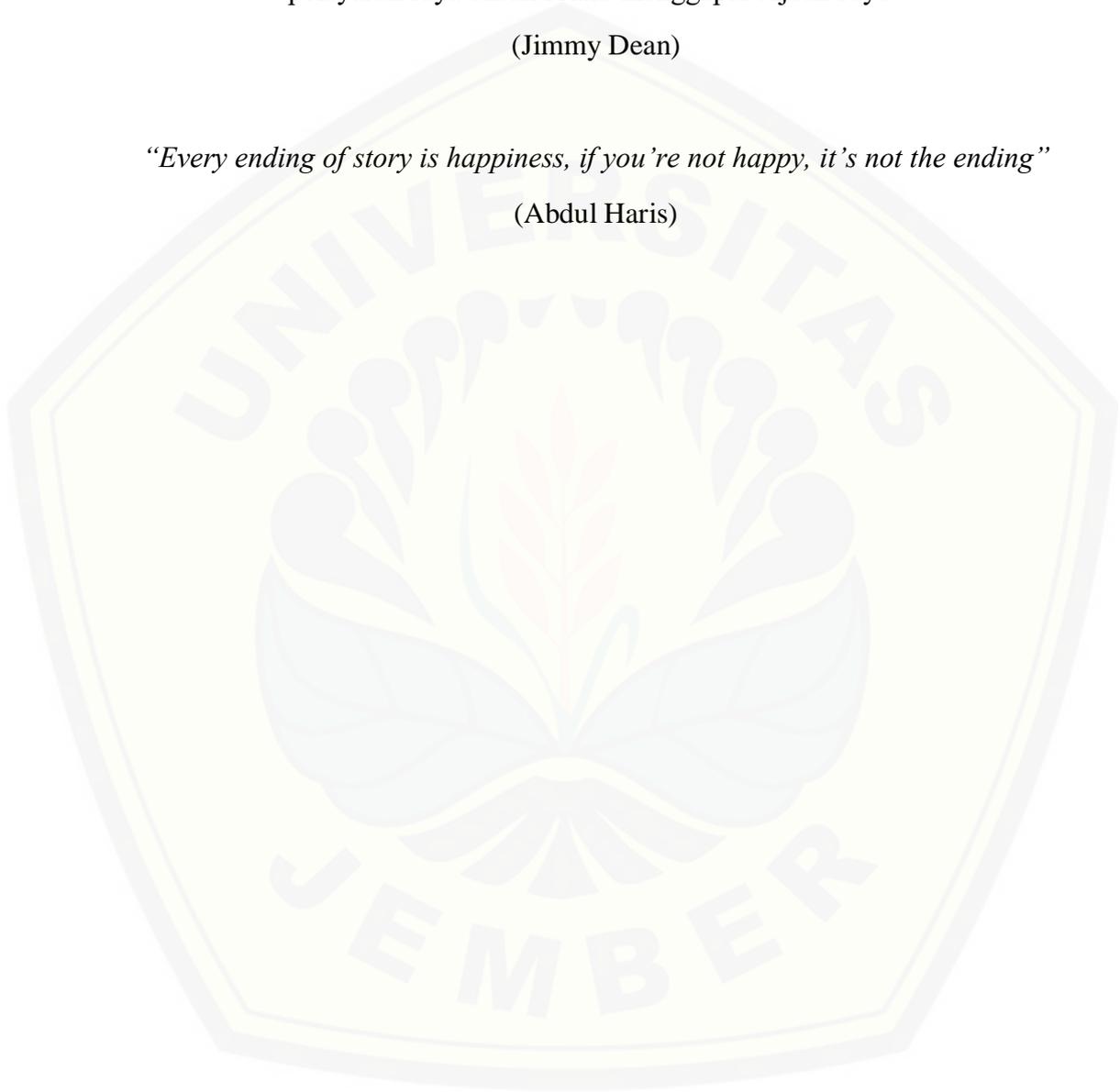
**MOTTO**

“Saya tidak bisa mengubah arah angin, namun saya bisa menyesuaikan pelayaran saya untuk selalu menggapai tujuan saya”

(Jimmy Dean)

*“Every ending of story is happiness, if you’re not happy, it’s not the ending”*

(Abdul Haris)



**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Abdul Haris Hidayatullah

NIM : 160810101122

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, serta bukan karya jiplakan. Saya pribadi bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan ataupun tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar adanya.

Jember, 11 Februari 2020  
Yang menyatakan,

Abdul Haris Hidayatullah  
NIM 160810101122

**SKRIPSI**

**VALUASI EKONOMI WISATA PANTAI BALEKAMBANG  
KABUPATEN MALANG DENGAN METODE BIAYA  
PERJALANAN (*TRAVEL COST METHOD*)**

**Abdul Haris Hidayatullah  
NIM 160810101122**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E., M.P.

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Duwi Yunitasari, S.E., M.E.

**TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Nama Mahasiswa : Abdul Haris Hidayatullah

NIM : 160810101122

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Konsentrasi : Ekonomi Regional

Tanggal Persetujuan : 12 Februari 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E., M.P.

NIP. 197207131999031001

Dr. Duwi Yunitasari, S.E, M.E

NIP. 197806162003122001

Koordinator Program Studi

Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E, M.P

NIP 197207131999031001

PENGESAHAN

**Judul Skripsi**

**Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang Dengan  
Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Abdul Haris Hidayatullah

NIM : 160810101122

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal: 19 Maret 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Dr. Teguh Hadi Priyono, S.E., M.Si. (.....)  
NIP. 197002061994031002
2. Sekretaris : Dra. Nanik Istiyani, M.Si. (.....)  
NIP. 196101221987022002
3. Anggota : Dr. Dra. Sebastiana Viphindartin, M.Kes. (.....)  
NIP. 196411081989022001

Mengetahui / Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Dekan,

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak. CA.

NIP 197107271995121001

Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang Dengan  
Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

**Abdul Haris Hidayatullah**

Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Jember

**ABSTRAK**

Pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat potensial bagi suatu negara. Selain dapat meningkatkan perekonomian negara, juga dapat membantu kemandirian ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung besarnya nilai ekonomi dari Wisata Pantai Balekambang dengan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) dan untuk menguji apakah biaya perjalanan, pendapatan wisatawan, serta jarak tempat wisata dengan tempat tinggal wisatawan mempengaruhi frekuensi kunjungan ke Objek Wisata Pantai Balekambang. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur pada tahun 2019. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan data primer hasil wawancara terhadap 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda Log-Log. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai ekonomi Objek Wisata Pantai Balekambang adalah sebesar Rp 175.426.002.964,32. Biaya perjalanan, pendapatan wisatawan, serta jarak tempat wisata dengan tempat tinggal wisatawan mempengaruhi frekuensi kunjungan ke Objek Wisata Pantai Balekambang.

Kata kunci : Balekambang, *travel cost method*, valuasi ekonomi, wisata pantai.

*Economic Valuation of Balekambang Beach Tourism, Malang Regency by using  
Travel Cost Method*

**Abdul Haris Hidayatullah**

*Department of Economics and Development Study, the Faculty of Economics and  
Bussines, University of Jember*

**ABSTRACT**

*Tourism is one of sector that is very potential for a country. It can increase the country's economy, and it can help the regional economic independence. This study aims to calculate the economic value of Balekambang Beach Tourism using Travel Cost Method and to test whether travel costs, tourist income, and distance of tourist attractions to their residences affect the frequency of visits to Balekambang Beach Tourism Objects. This research was conducted in Malang Regency, East Java Province in 2019. This research is quantitative by using primary data from interviews with 100 respondents. The analytical method used in this study is the Log-Log multiple linear regression. From the calculation result shows that the economic value of Balekambang Beach Tourism Objects is Idr 175,426,002,964.32. Travel costs, tourist income, as well as the distance of tourist attractions to their residences affect the frequency of visits to Balekambang Beach Attraction.*

*Keywords : Balekambang, beach tourism, economic valuation, travel cost method.*

## RINGKASAN

**Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*); Abdul Haris Hidayatullah, 160810101122; 2020; Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.**

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah baik sumber daya alam hayati maupun non-hayati. Indonesia juga merupakan negara dengan garis pantai terpanjang di dunia yang membentang dari ujung Sumatera sampai ujung Papua. Wilayah pantai dengan segenap pesonanya berpotensi memiliki nilai ekonomi yang tinggi, namun jika kurang bijaksana dan tidak memperhatikan fungsi ekologisnya maka akan rentan terhadap kerusakan dan pencemaran. Permasalahan yang terjadi pada Objek Wisata Pantai Balekambang di Kabupaten Malang adalah banyaknya sampah plastik sisa makanan dan minuman yang berserakan di sepanjang pantai. Hal ini menjadikan pantai yang indah ini menjadi terkesan kotor dan kurang terjaga kebersihannya sehingga dapat membuat minat wisatawan terhadap Pantai Balekambang menjadi berkurang. Mengingat pentingnya manfaat lingkungan serta manfaat ekonomi yang dihasilkan oleh Pantai Balekambang maka perlu suatu penilaian ekonomi untuk mengetahui nilai ekonomi yang dapat digunakan sebagai bahan referensi kebijakan bagi para pengelola Pantai Balekambang agar lebih optimal dalam menyikapi masalah yang terjadi.

Hasil dari penelitian ini adalah nilai ekonomi total yang diperoleh dari analisis biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) selama tahun 2019 adalah sebesar Rp 175,426,002,964.32. Dengan surplus konsumen per individu selama tahun 2019 sebesar Rp 341.785,13. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan terhadap kunjungan ke Pantai Balekambang adalah biaya perjalanan, pendapatan wisatawan, serta jarak Pantai Balekambang dengan tempat tinggal mereka.

Nilai tersebut dapat terus ditambah dan ditingkatkan seraya dengan adanya pengoptimalan fasilitas utamanya dalam aspek kebersihan, serta adanya perbaikan akses jalan menuju pantai. Oleh karena itu pengelolaan dan pembenahan oleh pengelola Pantai Balekambang yang mana ditanggung oleh perusahaan daerah Jasa Yasa harus segera dilakukan. Pembenahan Pantai Balekambang akan dicapai lebih baik jika seluruh aspek dikerahkan, termasuk masyarakat sendiri.

Saran dari penelitian ini adalah agar dapat dijadikan sebuah referensi bagi pengelola Pantai Balekambang untuk mengambil kebijakan dan pertimbangan dalam mengelola kawasan tersebut. Selain itu juga sebagai bahan referensi tambahan dan pengetahuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki tema yang sama. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Pantai Balekambang menjadi Objek Wisata Pantai yang berdaya saing tinggi dan menjadi salah satu *National Destination Tourism* di Indonesia.

## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sekaligus sholawat dan salam tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW atas petunjuk kebenaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul “Valuasi Ekonomi Pantai Balekambang Kabupaten Malang Dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)” Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik itu berupa motivasi, nasehat, saran maupun kritik yang membangun. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan tidak menghilangkan rasa hormat yang tulus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dengan segala rahmat Nya;
2. Bapak Dr. Herman Cahyo Diartha, S.E., M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama serta Ibu Dr. Duwi Yunitasari, S.E, M.E. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah bersedia memberikan banyak waktu luang untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran, keikhlasan, dan ketulusan serta memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Drs. Agus Luthfi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik atas segala waktu dan nasehatnya dari awal perkuliahan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada jenjang S1;
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
5. Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Jember;
6. Ketua Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;

7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
8. Ayahanda Su'ud Hidayat serta Ibunda Asnafiah terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan atas segala bentuk pengorbanan, doa, kasih sayang, kesabaran, ketulusan, dan keikhlasan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai jenjang S1 dan juga dalam mendidik penulis baik moral maupun intelektual yang tidak ternilai dengan apapun;
9. Kakakku Afidatus Solikhah dan Adikku M. Yazid Lucky Hakim yang telah memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis;
10. Sahabat-sahabatku yang selalu menjadi *Support System*: Yoris, Cinthia, Rizkiani, Alif, Abizar, Yulita, Azizi, Fani, Ari Kusaimi, Batiar, Nanda, Prima, Crownikov. Terima kasih telah membagi pengalaman hidup, menerima keluhan, menikmati canda tawa dan semua kenangan serta atas banyak waktu yang selalu kalian berikan, doa, dukungan yang sangat memotivasi penulis;
11. Teman-teman seperjuangan konsentrasi regional angkatan 2016 atas segala bentuk kepedulian dan kemurahan ilmu yang dibagikan;
12. Seluruh teman-teman di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas semua kebersamaanya;
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia, penulis menyadari atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun penulis harapkan bagi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan pengetahuan bagi penulisan karya tulis selanjutnya.

Jember, 11 Februari 2020

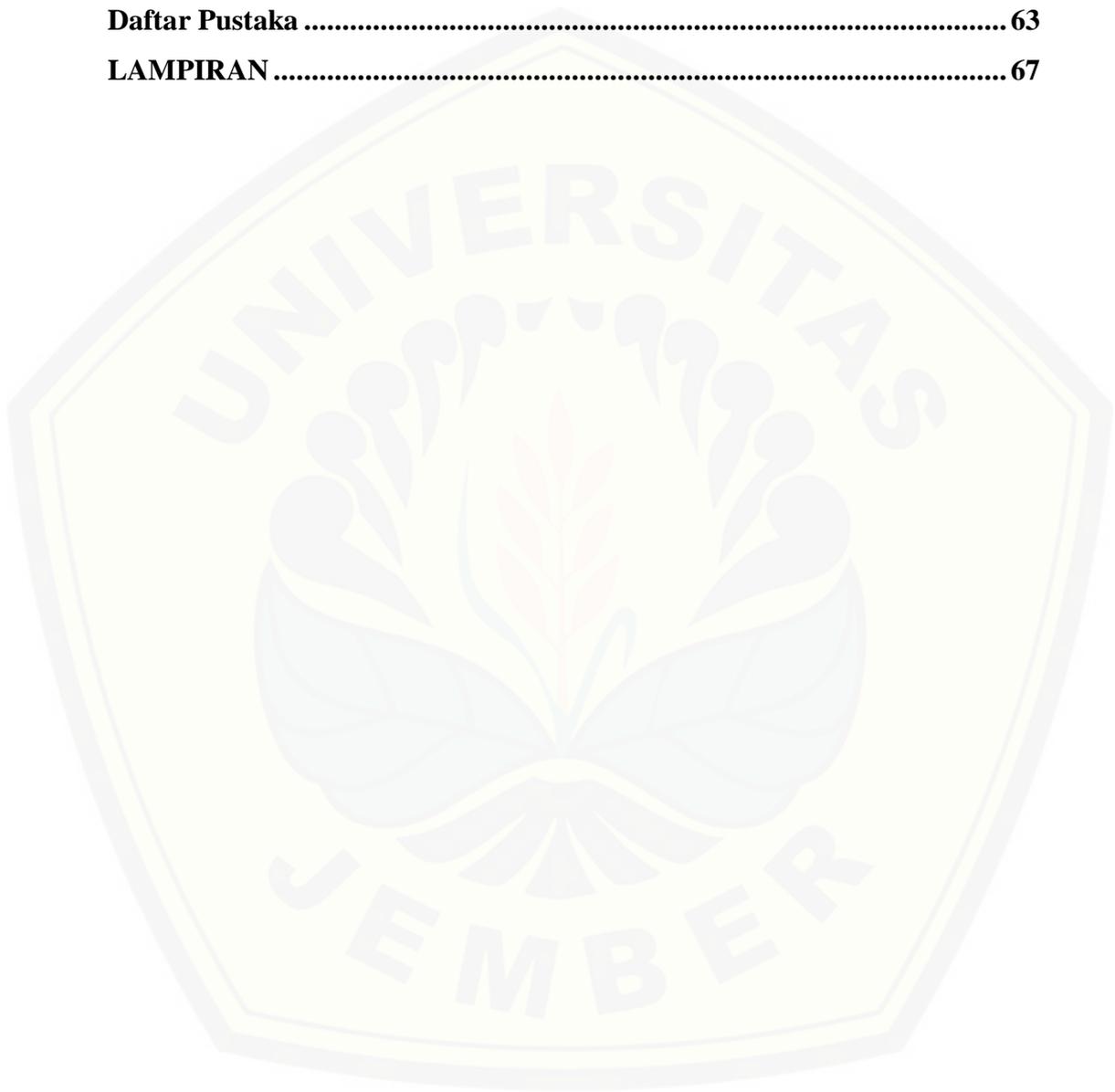
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT .....	ix
RINGKASAN.....	x
PRAKATA .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Ekonomi Lingkungan .....	10
2.2 Valuasi Ekonomi.....	11
2.3 Travel Cost Method.....	14
2.4 Teori Konsumsi Keynes.....	16
2.5 Teori Permintaan.....	17
2.6 Surplus Konsumen.....	18

<b>2.7 Pariwisata.....</b>	<b>19</b>
2.7.1 Pengertian Pariwisata .....	19
2.7.2 Jenis Pariwisata.....	21
2.7.3 Dampak Pariwisata .....	24
<b>2.8 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>25</b>
<b>2.9 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>31</b>
<b>2.10 Hipotesis.....</b>	<b>33</b>
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....</b>	<b>35</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5 Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>36</b>
<b>3.6 Metode Analisis Data.....</b>	<b>38</b>
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.6.2 Analisis Regresi .....	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.4 Uji Statistik .....	40
3.6.5 Surplus Konsumen .....	42
3.6.6 Perhitungan Valuasi Ekonomi .....	43
<b>3.7 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB 4 PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1 Kondisi Geografis Desa .....</b>	<b>45</b>
<b>4.2 Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Balekambang .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3 Karakteristik Responden.....</b>	<b>48</b>
<b>4.4 Analisis Regresi.....</b>	<b>50</b>
4.4.1 Pemilihan Model.....	50
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.3 Uji Statistik .....	53
4.4.4 Interpretasi Data.....	55
<b>4.5 Perhitungan Valuasi Ekonomi .....</b>	<b>56</b>

4.6 Pembahasan .....	57
<b>BAB 5 KESIMPULAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	61
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>

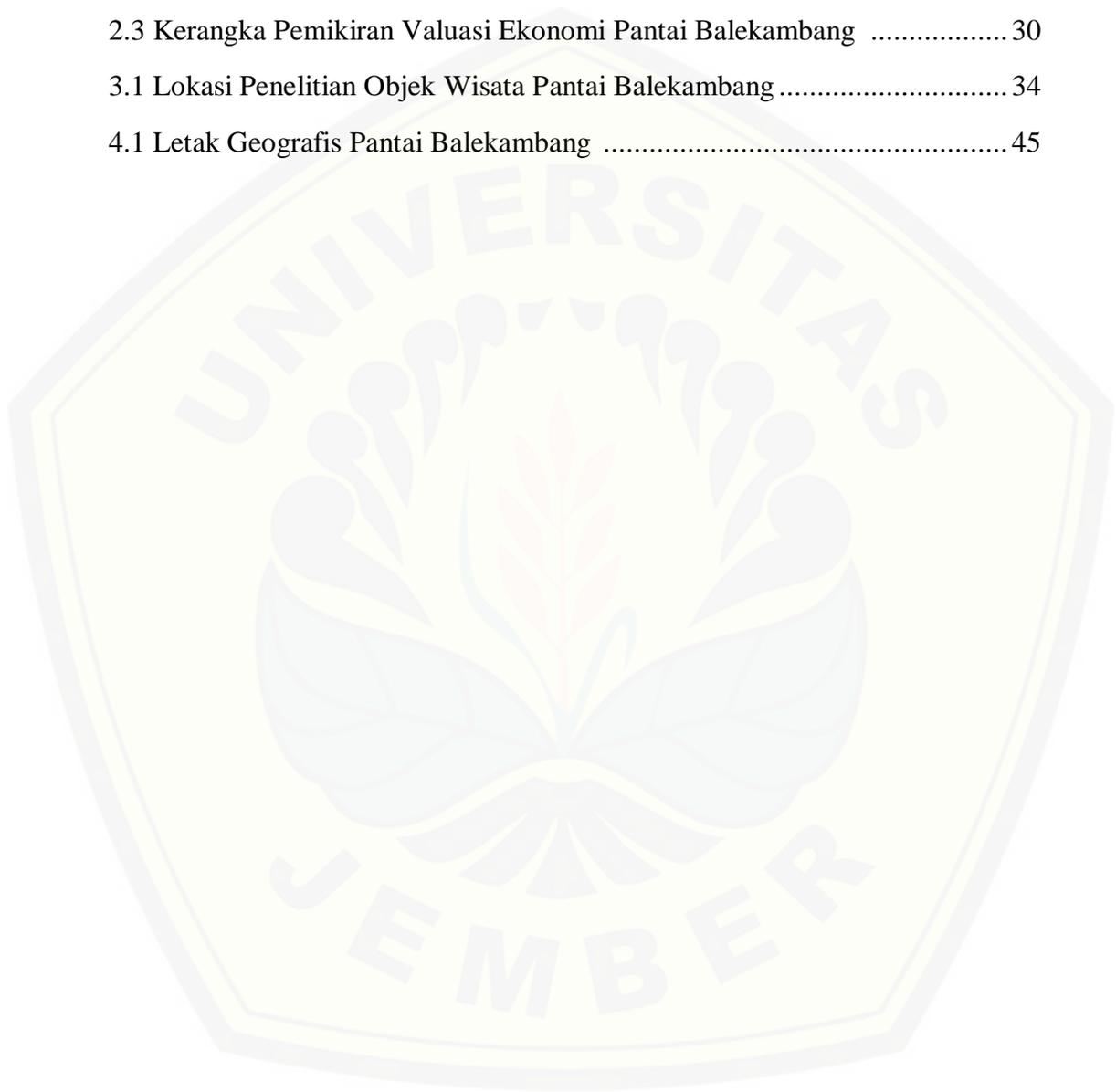


**DAFTAR TABEL**

1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Malang 2010-2018 .....	5
1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Balekambang dan Pantai Ngliyep Kabupaten Malang .....	6
2.1 Matrik Hasil Penelitian Terdahulu .....	25
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	48
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jarak Menuju Lokasi.....	49
4.4 Pengelompokan Wisatawan Menurut Asal.....	49
4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	50
4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan Responden.....	50
4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
4.8 Hasil Auxillary Regresion .....	52
4.9 Hasil Uji Breusch Pagan Godfrey.....	53
4.10 Hasil Uji t ( $\alpha=10\%$ ).....	54

**DAFTAR GAMBAR**

2.1 Klasifikasi Valuasi Ekonomi <i>Non-Market</i> .....	12
2.2 Surplus Konsumen dalam Grafik .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran Valuasi Ekonomi Pantai Balekambang .....	30
3.1 Lokasi Penelitian Objek Wisata Pantai Balekambang .....	34
4.1 Letak Geografis Pantai Balekambang .....	45



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian untuk Wisatawan Objek Wisata Pantai Balekambang .....	66
Lampiran 2 Data Primer Hasil Tebaran Kuesioner .....	67
Lampiran 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dengan Eviews 9 .....	70
Lampiran 4 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Eviews 9 .....	70
Lampiran 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Eviews 9 .....	72
Lampiran 6 Foto-foto Objek Wisata Pantai Balekambang .....	74

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sumber daya alam merupakan segala unsur atau materi baik yang bersifat fisik maupun non-fisik dalam kehidupan yang memiliki nilai potensial (Nursanti, 2012). Selain itu, sumber daya merupakan komponen dari suatu ekosistem yang menghasilkan manfaat bagi kehidupan manusia dalam bentuk barang maupun jasa. Barang-barang yang dimaksud seperti ikan, kayu, tanaman, bahkan pencemaran sekalipun. Selain dapat menghasilkan barang, sumber daya alam juga dapat memberikan manfaat jasa lingkungan berupa manfaat keindahan, kesegaran, ketenangan dan lainnya. (Fauzi, 2006:5). Sumber daya alam harus dimanfaatkan dan diolah dengan baik guna menciptakan pembangunan ekonomi, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah dengan cara perluasan lapangan kerja (Cahyo, H., 2019).

Ekonomi lingkungan merupakan cabang ilmu yang mempelajari tentang tingkah laku manusia dalam memanfaatkan lingkungan yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan fungsi lingkungan dalam jangka panjang. Adapun fungsi dan peranan lingkungan adalah sebagai sumber bahan mentah yang dapat diolah menjadi barang jadi misalnya pohon menjadi kertas dan mebel, lingkungan juga berperan sebagai pengelola limbah secara alami atau assimilator. Selain itu, fungsi lingkungan lainnya adalah dapat memberikan kesenangan, kepuasan atau *amenity* bagi manusia melalui ekowisata, pariwisata dan tempat rekreasi (Baskoro, 2008:19). Menurut Damanik dan Weber (2006:2), unsur-unsur sumber daya seperti air, tanaman, udara, pegunungan, pantai dan keindahan alam lainnya tidak akan menjadi sumber daya yang berguna dan bernilai kecuali jika unsur-unsur tersebut dapat memuaskan atau menyenangkan manusia.

Setiap orang memiliki persepsinya sendiri mengenai nilai (*value*). Menurut Djijono (2017), nilai adalah makna lain dari harga yang diberikan oleh manusia terhadap tempat dan waktu tertentu. Nilai suatu sumber daya terdiri dari nilai guna langsung dan nilai guna tak langsung. Nilai guna langsung adalah hasil-hasil sumber daya yang dapat dikonsumsi secara langsung misalnya kayu, makanan, dan

rekreasi. Sedangkan nilai guna tak langsung adalah nilai-nilai yang tidak langsung dikonsumsi oleh manusia yaitu berupa perlindungan, keragaman genetik dan sebagainya (Nurfatriani, 2006). Selain itu berdasarkan sifatnya, nilai-nilai sumber daya tidak hanya terdiri dari nilai pasar (*market value*) yang bersumber barang hasil olahan sumber daya alam, namun juga nilai yang bersifat non-pasar (*non-market value*) seperti nilai jasa lingkungan.

Menurut Hasibuan (2014), jasa-jasa lingkungan dapat dinilai berdasarkan konsep *willingness to pay* (WTP) dan *willingness to accept* (WTA). WTP adalah seberapa besar seseorang berkenan untuk membayar guna memperbaiki lingkungan sekitar (sisi konsumen), sedangkan WTA adalah seberapa besar seseorang berkenan untuk dibayar guna mencegah kerusakan lingkungan sekitar (sisi produsen). Konsep *willingness to pay* (WTP) dilakukan ketika seseorang ingin menilai barang publik/*public goods* serta barang yang bersifat *non-market value*. Dalam konsep ini, nilai serta kualitas lingkungan dan alam dilihat berdasarkan preferensi seseorang. Konsep *willingness to pay* (WTP) terdiri dari beberapa teknik yakni *Travel Cost Method*, *Hedonic Pricing*, *Random Utility Model*, *Contingent Valuation Method* (CVM) dan *Discrete Choice Method*. Dengan demikian, maka penilaian *non-market value* dapat digunakan untuk memberikan penilaian secara ekonomis terhadap barang jasa lingkungan termasuk ekowisata dan pariwisata (Adrianto, 2010).

Daerah ekowisata, pariwisata dan tempat rekreasi seperti hutan, danau, pantai, mata air panas dikategorikan sebagai barang non-pasar (*non-market value*) karena tempat ini merupakan fasilitas publik/*public goods* yang nilainya tidak dapat diperjualbelikan (Khoirudin dan Khasanah, 2018). Maka dari itu perlu suatu penilaian ekonomi atau biasa disebut valuasi ekonomi dengan berkonsep pada WTP. Secara umum valuasi ekonomi adalah upaya untuk memberikan nilai ekonomis terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya dan lingkungan (Salma dan Susilowati, 2004). Menurut Hasibuan (2014), bahwa valuasi ekonomi merupakan sebuah alat ekonomi (*economic tool*) yang digunakan untuk mengukur nilai uang/moneter dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya dan lingkungan baik yang bernilai pasar (*market value*) ataupun non-

pasar (*non-market value*) dengan menggunakan metode tertentu. Barang-barang yang bersifat non-pasar seperti wisata alam, ekowisata dan tempat rekreasi menurut Freeman (2003:281) dapat dihitung nilainya dengan menggunakan perhitungan analisis biaya perjalanan atau *travel cost method* (TCM). Maksud dari biaya perjalanan disini adalah waktu serta biaya perjalanan yang dihabiskan seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat merupakan ‘harga’ ke tempat tersebut. Dengan demikian, maka metode TCM (*Travel Cost Method*) adalah metode yang tepat untuk memberikan penilaian atau mengestimasi nilai valuasi ekonomi pada tempat wisata dan rekreasi. Dengan diketahuinya nilai dari suatu tempat maka dapat dijadikan pedoman bagi pemilik atau pengelola tempat tersebut agar dapat membuat kebijakan yang efektif serta efisien dengan tetap menjaga kelestarian alam (Khoirudin dan Khasanah, 2018).

Pemanfaatan sumber daya alam sebagai sektor pariwisata adalah salah satu hal penting bagi suatu negara karena pariwisata dinilai sebagai salah satu sektor dengan pertumbuhan terbesar dan tercepat dalam ekonomi global dan memiliki dampak lingkungan, budaya, sosial dan ekonomi yang signifikan, baik secara positif maupun negatif. Dengan pariwisata, suatu negara utamanya pemerintah daerah tempat objek wisata tersebut dapat menghasilkan pendapatan dari setiap objek wisata. Rantai yang kegiatannya terkait dengan industri pariwisata mampu menghasilkan devisa dan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan tingkat pekerjaan (Hampton dan Jeyacheya, 2015).

Selain dapat memberikan manfaat dari segi ekonomis, pariwisata juga dapat memberikan manfaat dalam bentuk lain yaitu manfaat fungsi ekologis misalnya *amenity* (keindahan, ketenangan dan sebagainya) (Asyiwati dan Syiddatul, 2012). Manfaat seperti ini tentunya tidak dapat dikualifikasikan dalam perhitungan terhadap nilai dari sumber daya. Saat ini manfaat-manfaat yang dapat dihasilkan oleh sumber daya dari tempat wisata masih dinilai secara rendah oleh masyarakat, dibuktikan dengan masih banyak ditemukannya sampah plastik yang berserakan di lokasi wisata yang tentunya dapat merusak manfaat *amenity* dari tempat wisata tersebut. Hal ini disebabkan karena masih banyak masyarakat yang kurang

memahami arti nilai manfaat suatu barang atau jasa sebagai kepentingan bersama. Oleh karena itu perlu suatu valuasi ekonomi untuk menunjukkan seberapa besar manfaat dari tempat wisata tersebut dengan mengkuantifikasikan manfaat yang ada ke dalam nilai moneter dengan menggunakan analisis biaya perjalanan (TCM) (Luthfi, 1993).

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan kekayaan sumber daya alamnya yang melimpah serta potensial seperti panorama alam, fauna, flora yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Hal ini menjadikan Indonesia kaya dengan tempat-tempat wisata alam yang memiliki daya tarik wisatawan yang tinggi. Pemerintah Indonesia menargetkan sektor pariwisata pada tahun 2019 akan menjadi kontributor devisa negara tertinggi karena Pemerintah telah mengimplementasikan pariwisata kedalam Perencanaan Strategis Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata pada periode 2015-2019. Pesatnya pertumbuhan pariwisata menjadikannya sebagai inti perekonomian di Indonesia. Pemerintah Indonesia juga menempatkan pariwisata sebagai sektor utama dalam rencana kerja nasional 2016 (Kementrian Pariwisata Indonesia, 2016). Salah satu daerah di Indonesia yang mempunyai sejuta keindahan alam adalah Malang Raya.

Malang Raya sebagai tujuan wisata telah dikenal selama beberapa periode. Tidak diragukan lagi bahwa Malang Raya terkenal dengan suasananya yang sejuk di Jawa Timur. Malang Raya adalah salah satu SNDA (*Strategic National Destination Areas*) dalam perencanaan nasional untuk pengembangan pariwisata nasional. Daerah ini juga salah satu daerah yang dikembangkan oleh Jawa Timur dalam Perencanaan Regional untuk Pengembangan Pariwisata. Malang Raya sebagai wilayah yang terdiri dari wilayah Kabupaten Malang, kota Malang, dan kota Batu dinilai akan mengembangkan pariwisata sebagai sektor terkemuka di Indonesia karena memiliki kekayaan panorama alam yang sangat banyak. Perkembangan pariwisata di Kabupaten Malang dapat dilihat dari meningkatnya kedatangan wisatawan di wilayah ini, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Malang 2010-2018

Tahun	Wisatawan Mancanegara (orang)	Wisatawan Domestik (orang)	Jumlah (orang)
2010	4 187	1 938 066	1 942 253
2011	9 983	2 101 822	2 111 805
2012	29 504	2 014 105	2 043 609
2013	33 226	2 517 248	2 550 474
2014	80 792	3 170 575	3 251 367
2015	99 873	3 554 609	3 654 482
2016	129 663	5 719 881	5 849 544
2017	108 485	6 395 875	6 504 360
2018	100 234	7 072 124	7 172 358

Sumber : BPS Kabupaten Malang, 2019

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang ada di Kabupaten Malang semakin mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tren positif kedatangan wisatawan di Kabupaten Malang menunjukkan meningkatnya permintaan pariwisata dari waktu ke waktu. Hal ini berarti bahwa daerah Kabupaten Malang memiliki daya saing yang tinggi di sektor pariwisata.

Kabupaten Malang merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak objek wisata khususnya wisata pantai dan bahari yang potensial untuk dikembangkan seperti Pantai Balekambang, Pantai Ngliyep, Pantai Kondangmerak, Pantai Goa Cina, Pantai Bajul Mati, Pantai Sendang Biru dan lain-lain. Menurut Nana (2018), bahwa persentase kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Malang didominasi oleh kunjungan wisatawan ke objek wisata pantai yakni sekitar 27%. 17% adalah kunjungan wisatawan ke objek wisata air, 16% objek wisata alam, 11% objek wisata sejarah, 10% objek wisata buatan, 5% wisata pesarean dan 4% kunjungan wisatawan ke objek wisata agro.

Salah satu objek wisata pantai yang terkenal dan banyak diminati oleh wisatawan adalah Pantai Balekambang yang letaknya berada di Desa Srignonco, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang (Warta9, 2019). Menurut data BPS Kabupaten Malang, sebagian besar dari wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Malang didominasi oleh kunjungan ke Pantai Balekambang dengan jumlah pengunjung 513.264 orang pada tahun 2019. Itulah mengapa Pantai Balekambang menjadi primadona dan dijadikan sebagai ikon wisata Kabupaten Malang (Syafii,

2017). Bahkan jika dibandingkan dengan Pantai Ngliyep, pantai yang letaknya tidak jauh dari Pantai Balekambang dan juga dikelola oleh perusahaan daerah yang sama, terjadi perbedaan jumlah pengunjung yang berbeda jauh, perbandingan data kunjungan kedua pantai tersebut dapat dilihat didalam tabel berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Balekambang dan Pantai Ngliyep

No	Daerah Tujuan Wisata	2015 (orang)	2016 (orang)	2017 (orang)
1.	Pantai Balekambang	490 638	526 312	572 429
2.	Pantai Ngliyep	73 287	66 833	63 739

Sumber : Data pengolahan, 2019

Jika dilihat dari data tabel 1.2 maka Pantai Balekambang memiliki corak khusus sehingga membuat daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Pantai Balekambang merupakan pantai yang memiliki tiga pulau dengan jarak masing-masing sekitar seratus meter yakni Pulau Ismoyo, Pulau Anoman dan Pulau Wisangeni. Balekambang menawarkan suasana resor pantai yang berbeda di kawasan Malang Selatan karena memiliki karang laut sepanjang 2 kilometer dan lebar 200 meter ke arah laut. Salah satu dari tiga pulau yang bernama pulau Ismoyo memiliki pura Hindu, yang didirikan oleh umat Hindu setempat dan diberi nama Pura Amerta Jati atau Pura Ismoyo. Untuk mengoptimalkan objek wisata ini, Pemerintah Kabupaten Malang melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menunjuk Perusahaan Daerah (PD) Jasa Yasa untuk mengelola Pantai Balekambang (Octastefani, 2015).

Pantai Balekambang telah banyak memberikan manfaat dalam bidang ekonomi yang ditandai dengan peningkatan cadangan devisa negara dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Malang sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. PAD merupakan sumber pendapatan daerah yang berasal dari kegiatan ekonomi daerah tersebut. PAD juga merupakan salah satu indikator kemandirian suatu daerah. Menurut Octastefani (2015), Pantai Balekambang memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi daerah yang ditunjukkan dengan besarnya alokasi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Rincian pengalokasian pendapatan yang diperoleh dari Objek Wisata Pantai Balekambang dibagi menjadi empat bagian yakni: 55% untuk PAD, 30% untuk cadangan umum

Perusahaan Daerah Jasa Yasa, dan 10% untuk kenaikan gaji pegawai, 5% untuk jasa produksi.

Di samping adanya manfaat-manfaat di bidang ekonomi, nyatanya Objek Wisata Pantai Balekambang memiliki berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaannya. Salah satunya adalah masalah sampah plastik sisa-sisa bungkus makanan dan botol minuman yang dibawa oleh wisatawan atau pengunjung yang pastinya akan mempengaruhi kebersihan dari Pantai Balekambang itu sendiri. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan yang akan berlibur di Pantai Balekambang. Oleh karena itu perlu suatu optimalisasi pengelolaan aset Pantai Balekambang dan memberikan penilaian lingkungan atau valuasi ekonomi sehingga sebagai ikon wisata Kabupaten Malang diharapkan mampu menjadi salah satu gerbong lokomotif bagi pembangunan ekonomi daerah.

Pantai Balekambang yang terletak di selatan Kabupaten Malang merupakan fasilitas publik/*public goods* dan bersifat non-pasar. Oleh karena itu TCM (*Travel Cost Method*) adalah metode yang tepat untuk memberikan penilaian atau mengestimasi nilai ekonomi pada Pantai Balekambang. Dengan menggunakan metode TCM tersebut nilai manfaat langsung dari pengunjung terhadap Pantai Balekambang bisa diukur.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Zulpikar, Z., Pra, D., Virgininda, T., dan Karissa, K. (2016) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (biaya perjalanan, waktu perjalanan, pendapatan, usia, pendidikan, dan jenis kelamin) terhadap jumlah kunjungan objek wisata Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran menggunakan alat analisis berupa regresi linier berganda dengan metode *Ordinary Least Squares (OLS)*, untuk mengetahui nilai ekonomi dengan menggunakan TCM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya perjalanan, jarak dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata ke Pantai Batu Karas, sedangkan usia pengunjung, pendapatan, tingkat pendidikan dan jumlah anggota kelompok tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan. Nilai potensi ekonomi wisata Pantai Batu Karas adalah Rp 86,571,960,874.00.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Ermayanti, F. (2012) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, umur, jenis kelamin, pendidikan, terhadap jumlah kunjungan wisatawan Objek Wisata Ndayu Park menggunakan analisis regresi linear. Hasilnya adalah total nilai guna Objek Wisata Ndayu Park sebesar Rp 260.841.380,00 dan variabel biaya perjalanan, pendidikan, pendapatan, dan variabel jarak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan. Mengingat betapa pentingnya pariwisata sebagai pendongkrak perekonomian daerah dan negara maka perlu dilakukan penilaian menggunakan *Travel Cost Method (TCM)* terhadap Objek Wisata Pantai Balekambang agar pengelola atau pemerintah dapat mengambil kebijakan atau keputusan untuk mengelola kawasan tersebut dengan optimal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Menurut latar belakang tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor apa yang mempengaruhi kunjungan wisatawan terhadap Pantai Balekambang?
2. Berapakah nilai ekonomi Pantai Balekambang berdasarkan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan-rumusan masalah yang diambil, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan terhadap Pantai Balekambang
2. Mengkaji nilai ekonomi Pantai Balekambang berdasarkan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai berbagai manfaat diantaranya sebagai ilmu pengetahuan, kepada pihak pengelola dan kepada pembaca yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Ilmu Pengetahuan

Dijadikan pedoman, literatur dan referensi dalam penelitian selanjutnya untuk lebih dikembangkan, terutama dalam pengembangan masalah penilaian nilai ekonomi sumber daya alam

2. Pihak Pengelola

Sebagai referensi untuk mengambil kebijakan dan pertimbangan dalam mengelola kawasan tersebut

3. Pembaca

Menjadi bahan referensi tambahan dan pengetahuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki tema sama.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Ekonomi Lingkungan

Ekonomi lingkungan merupakan sebuah cabang ilmu yang mempelajari tentang tingkah laku manusia dalam memanfaatkan lingkungan sekitar sehingga fungsi dan peranan lingkungan dapat dijaga dan digunakan dalam jangka panjang (Fauzi, 2006:5). Menurut UU Pengelolaan Lingkungan Hidup No. 23/1997 yang dimaksud dengan lingkungan hidup adalah kesatuan ruang yang terdiri dari makhluk hidup, benda, keadaan, daya termasuk manusia dan tingkah lakunya yang dapat memberikan pengaruh pada kelangsungan kehidupan dan kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya.

Sejatinya, fungsi dan peranan lingkungan yang mendasar adalah sebagai bahan mentah yang nantinya akan dikelola menjadi barang jadi yang dapat digunakan oleh manusia, fungsi lain dari lingkungan lainnya adalah sebagai pengelola limbah secara alamiah (*assimilator*). Selain dapat menghasilkan barang dan jasa yang dapat dimanfaatkan atau dikonsumsi secara langsung, lingkungan juga memberikan manfaat dalam bentuk lain yakni manfaat *amenity* seperti keindahan, ketenangan, dan lainnya. Manfaat-manfaat tersebut disebut dengan fungsi ekologis yang perhitungannya tidak dapat terkuantifikasikan (Fauzi, 2006:6).

Menurut Chen, J. (2019), Ekonomi lingkungan atau yang disebut dengan *environmental economics* adalah bidang ekonomi yang mempelajari dampak keuangan dari kebijakan lingkungan. Para ekonom lingkungan melakukan studi untuk menentukan efek teoritis atau empiris dari kebijakan lingkungan terhadap ekonomi. *Environmental economics* ini membantu pengguna merancang kebijakan lingkungan yang sesuai dan menganalisis dampak dan manfaat kebijakan yang ada atau yang diusulkan. Dari sudut pandang *environmental economics*, faktor-faktor yang selalu diperhatikan adalah faktor kelangkaan (*scarcity of resources*) dan eksternalitas. Eksternalitas bisa bersifat positif maupun negatif. Eksternalitas juga merupakan efek samping dari suatu tindakan ekonomi yang harus ditanggung oleh seorang pihak.

Dengan adanya eksternalitas maka harus terdapat sesuatu yang menjadi pertimbangan guna menyeimbangkan/*balancing* antara biaya dan manfaat dari tindakan ekonomi. Dengan demikian, maka *environmental economics* menghitung besarnya dampak yang muncul sejalan dengan adanya kegiatan ekonomi dan diharuskan untuk membayarkan seluruh kompensasi dampak tersebut. Misalnya suatu negara mencoba untuk memaksakan transisi ke *clean energy* dengan memberlakukan batasan secara paksa pada emisi karbon, atau dapat mengadopsi lebih banyak solusi berbasis insentif, seperti menempatkan pajak berbasis kuantitas pada emisi karbon atau menawarkan kredit pajak kepada perusahaan yang mengadopsi sumber daya terbarukan. (Chen, 2019).

## 2.2 Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi adalah salah satu upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan dari nilai pasar baik yang tersedia ataupun tidak tersedia (Fauzi, 2006:8). Penilaian ekonomi secara umum dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memberikan nilai kuantitatif pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar tersedia atau tidak (Susilowati, 2002 dalam Salma dan Susilowati, 2004).

Valuasi Ekonomi dilakukan bertujuan untuk menghitung dan menentukan besarnya Total Economic Value (TEV) atau Nilai Ekonomi Total dari pemanfaatan suatu sumber daya alam dan lingkungan. Nilai Ekonomi Total merupakan nilai-nilai ekonomi yang terkandung di dalam sumberdaya alam, baik nilai guna maupun nilai fungsional. Nilai ini juga dapat dijadikan untuk menyusun kebijakan pengelolaan tempat tersebut sehingga alokasi dan alternatif penggunaannya dapat ditentukan secara benar dan mencapai sasaran.

Akar dari konsep penilaian sebenarnya didasarkan pada ekonomi neoklasik (Teori Ekonomi Neoklasik) yang menekankan kepuasan atau kebutuhan konsumen. Dalam pemikiran ini dikatakan bahwa penilaian setiap individu pada barang dan jasa tidak lain adalah perbedaan antara kesediaan untuk membayar dan biaya untuk permintaan barang dan jasa (Susilowati, 2002 dalam Salma dan Susilowati, 2004).

Konsep Nilai ekonomi total pertama kali digunakan secara umum pada akhir tahun 1980-an dan awal tahun 1990-an (Pearce *et al.*, 1989). Konsep Nilai ekonomi total menjadi salah satu konsep yang paling banyak digunakan dan diterima oleh umum untuk mengklasifikasikan manfaat ekonom dan mencoba untuk mengintegrasikannya kedalam pengambilan keputusan (Barbier *et al.*, 1997).

Konsep Nilai ekonomi total (TEV) muncul sebagai tanggapan terhadap persepsi bahwa pendekatan ekonomi konvensional cenderung melihat nilai sumber daya alam hanya dalam hal bahan mentah dan produk fisik yang dihasilkan untuk produksi dan konsumsi manusia, terutama hanya berfokus pada aktivitas pasar dan keuntungan saja. Hal ini lah yang menjadi perdebatan dan perbedaan pendapat, karena kebanyakan orang menganggap bahwa kasus diatas akan menyebabkan hasil keputusan yang telah diambil kurang optimal secara ekonomi, kemungkinan terburuknya yaitu akan menimbulkan biaya dan kerugian yang substansial terhadap perekonomian (Emerton, 2005).

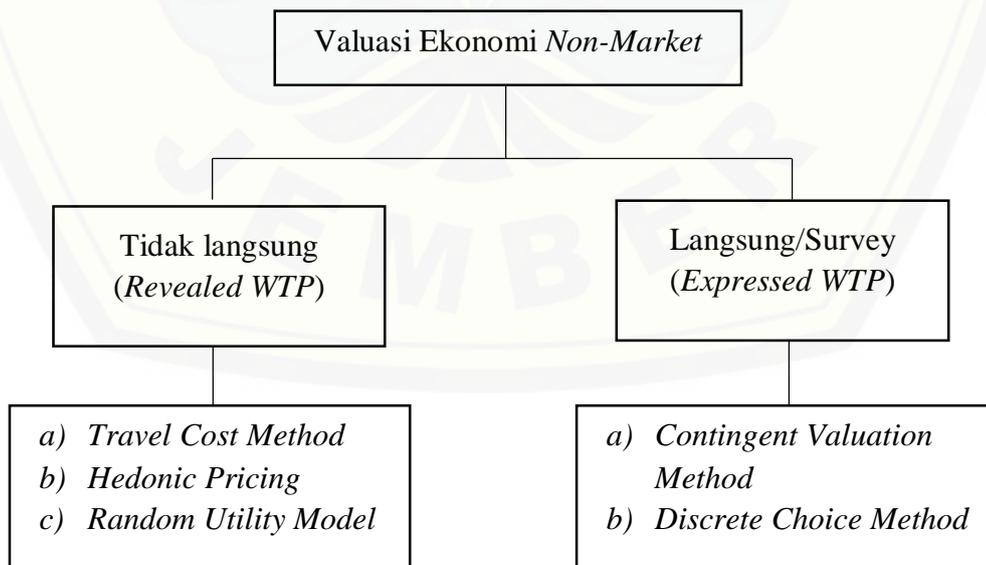
Besarnya nilai *Total Economic Value* (TEV) adalah hasil jumlah dari Nilai Guna (*Use Value*). Nilai Guna ini dibagi menjadi dua yakni Nilai Guna Langsung (*Direct Use*) dan Nilai Guna Tak Langsung (*Indirect Use*). Nilai Guna Langsung (*Direct Use*) yakni nilai yang didapat dari pemakaian langsung atau yang berkaitan langsung dengan sumber daya dan lingkungan yang diteliti. Nilai Guna Langsung terdiri dari nilai yang berkaitan dengan kegiatan komersial subsistensi leisure dan aktivitas lain yang berhubungan dengan sumber daya alam yang diteliti tersebut. Sementara itu, Nilai Guna Tak Langsung (*Indirect Use Value*) berhubungan dengan dukungan maupun perlindungan terhadap kegiatan ekonomi yang diberikan atau terdapat dalam sumber daya alam lingkungan tersebut (Kusuma, 2011 dalam Ermayanti, F., 2012).

Output yang dihasilkan oleh suatu sumber daya alam terdiri dari dua komponen. Yang pertama adalah barang dan jasa yang dapat diperdagangkan (*traded goods*). Dalam melakukan penilaian ekonomi, teknik yang dilakukan dapat dengan lebih terukur karena bentuk fisiknya jelas dan memiliki nilai pasar (*market value*). Output yang kedua adalah barang dan jasa yang tidak dapat diperdagangkan (*non traded goods*). Barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam ini

adalah output-output yang tidak memiliki nilai pasar (*non market value*) seperti nilai rekreasi, nilai keindahan, nilai kesenangan yang notabene tidak dapat diperdagangkan akan sulit untuk mendapatkan data mengenai harga dan kuantitas dari barang dan jasa tersebut (Endyka, 2015).

Menurut Fauzi (2006:9), teknik valuasi ekonomi sumber daya yang tidak dapat diperdagangkan dan tidak memiliki nilai pasar (*non market value*) tersebut secara umum dapat menggunakan dua jenis teknik. Teknik pertama adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit dimana WTP (*willingness To Pay*) atau kesediaan untuk membayar sudah terungkap dengan model yang dikembangkan. Teknik-teknik yang termasuk didalamnya adalah *Travel Cost Method*, *Hedonic Pricing*, dan *Random Utility Model*.

Sementara itu untuk jenis teknik yang kedua adalah teknik valuasi yang berdasarkan pada survey langsung dengan pengunjung sehingga nilai WTP (*willingness to pay*) dapat diperoleh langsung dari responden atau pengunjung di tempat tersebut yang diungkapkan secara lisan ataupun tertulis. Teknik yang dapat dilakukan adalah *Contingent Valuation Method (CVM)* dan *Discrete Choice Method*. Pengklasifikasian valuasi ekonomi untuk barang dan jasa yang tidak mempunyai nilai pasar (*non market value*) dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1 Klasifikasi Valuasi Ekonomi *Non-Market* (Sumber: Fauzi, 2006)

## 2.3 Travel Cost Method

Penilaian ekonomi suatu ekosistem atau sumber daya alam sangat penting untuk mengukur nilai kawasan tersebut. Salah satu cara untuk menilai sumber daya alam adalah dengan menggunakan Metode Biaya Perjalanan atau *Travel Cost Method* (TCM). TCM digunakan untuk menilai area rekreasi seperti taman nasional dan area konservasi, lokasi olahraga (berburu dan memancing), area arkeologi dan budaya seperti museum, dan sumber daya alam lainnya seperti pantai, hutan dan mata air panas (Fauziah, Farah dan Norimah, 2018).

*Travel Cost Method* (TCM) adalah konsep dasar metode biaya perjalanan yaitu waktu dan biaya pengeluaran perjalanan (*Travel Cost Expenses*) yang harus dibayar oleh pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata yang merupakan harga untuk akses ke tempat-tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999 dalam Safitri, W., 2017). Dapat dikatakan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mengkonsumsi jasa dari sumber daya alam merupakan harga dari sumber daya alam tersebut.

Menurut Fauzi (2006:11), TCM adalah metode tertua untuk mengukur dan mengestimasi nilai ekonomi tidak langsung (*Indirect Use*). Metode TCM ini pertama kali dikembangkan oleh Hotelling pada tahun 1931 dan kemudian dikenalkan secara formal ke masyarakat luas oleh Wood dan Trice pada tahun 1958 serta Clowson dan Knetsch pada tahun 1966. Metode ini digunakan oleh mereka untuk menganalisis dan mengestimasi permintaan terhadap temoat wisata di alam terbuka (*outdoor recreation*).

Ketika melakukan penelitian dengan TCM maka menurut Garrod dan Willis dapat menggunakan dua pendekatan yakni Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*Zonal Travel Cost*) dan Pendekatan Biaya Perjalanan (*Individual Travel Cost*).

- a) *Zonal Travel Cost* adalah bentuk pendekatan dalam TCM yang dalam prosesnya dapat menggunakan data sekunder dan mengumpulkan data dari para pengunjung menurut daerah asal. Dengan menggunakan pendekatan ini, seorang peneliti dapat memperkirakan nilai suatu tempat wisata dengan mengobservasi pengunjung atau pengguna sebenarnya dari tempat wisata

tersebut. Tingkat analisis ini berfokus pada zona di mana pengunjung itu tinggal dan dibandingkan dengan lokasi ke tempat wisata.

- b) *Individual Travel Cost* biasanya menggunakan data primer yang dilakukan dengan survey langsung dengan para wisatawan secara individual. Dengan menggunakan pendekatan *Individual Travel Cost* maka menurut Ermayanti, F. (2012) peneliti biasanya melakukan penilaian tempat wisata dengan melalui survey dan kuesioner langsung dengan para pengunjung tempat tersebut mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan untuk mencapai lokasi wisata dan juga mengenai faktor-faktor sosial ekonomi yang dapat mempengaruhi wisatawan mengunjungi tempat wisata tersebut. Data tersebut lantas digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dapat dihitung.

Ermayanti, F. (2012) mengatakan bahwasanya biaya perjalanan telah banyak digunakan dalam memperkirakan nilai suatu situs wisata dengan menggunakan beberapa variabel. Pertama-tama, data mengenai jumlah pengunjung tempat wisata serta biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan dikumpulkan. Lalu melihat faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan mungkin juga agama atau kebudayaan serta kelompok etnis dan sebagainya. Data dan informasi tersebut diperoleh dengan metode wawancara langsung dengan para pengunjung atau wisatawan taman wisata tersebut mengenai jarak tempuh mereka ke lokasi tempat wisata, biaya perjalanan yang mereka keluarkan, lamanya waktu perjalanan, tujuan perjalanan, dan faktor-faktor sosial ekonomi yang lainnya.

Menurut Ortacesme et al. (2002), TCM adalah metode tidak langsung yang paling sering digunakan untuk memperkirakan nilai-nilai penggunaan rekreasi di area alami. Persamaan dasar TCM adalah sebagai berikut;

$$V = f(c,x) + \beta$$

Dimana,

V : Kunjungan ke lokasi wisata

c : Biaya kunjungan

x : Variabel sosial ekonomi yang signifikan untuk dijelaskan V

$\beta$  : Faktor lain yang tidak termasuk dalam fungsi namun mempengaruhi V

Selain itu, menurut Ermayanti, F. (2012), fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi yang menggunakan metode TCM melalui pendekatan *Individual Travel Cost* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$V_{ij} = f (C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i)$$

Dimana,

$V_{ij}$  : Frekuensi kunjungan oleh individu i ke tempat j

$C_{ij}$  : Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi tempat j

$T_{ij}$  : Biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi tempat j

$Q_{ij}$  : Presepsi pengunjung terhadap kualitas tempat j

$S_{ij}$  : Karakteristik substitusi yang mungkin ada di tempat lain

$M_i$  : Pendapatan dari individu i

Sebenarnya, semua metode dapat digunakan untuk menghitung nilai ekonomi suatu kawasan. Seseorang yang berwisata atau melakukan kegiatan rekreasi pasti melakukan sebuah mobilisasi atau perjalanan dari rumah menuju tempat wisata yang dikehendaki. Dalam melakukan kegiatan tersebut pula para wisatawan itu juga memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan wisata, hal ini berarti bahwa biaya perjalanan (*travel cost*) dapat memberikan korelasi yang positif dalam menghitung dan mengestimasi nilai ekonomi suatu tempat wisata yang sudah berjalan dan berkembang (Ermayanti, F., 2012)

## 2.4 Teori Konsumsi Keynes

John Maynard Keynes adalah seorang ekonom Inggris yang ide-ide ekonominya bersifat radikal dan berkontribusi secara fundamental pada transformasi pemerintah dalam merancang kebijakan ekonomi dan dalam memahami teori dan praktik ekonomi secara umum. Teori konsumsi Keynes mengasumsikan bahwa peningkatan pendapatan dapat mempengaruhi peningkatan konsumsi rumah tangga dan bagian dari konsumsi yang tidak digunakan akan dihemat atau disimpan. Menurut teori tersebut, jumlah total simpanan dan simpanan aktual bergantung pada kecenderungan mengkonsumsi marjinal rumah tangga

(MPC). Semakin besar MPC, semakin besar jumlah uang yang digunakan atau konsumsinya dan semakin kecil jumlah tabungannya (Aqma, 2018)

Keynes berpendapat bahwa di dalam jangka panjang kita semua akan mati atau *in the long run we're all dead*. Maka dari itu Keynes tidak mengeluarkan fungsi konsumsi jangka panjang melainkan fungsi konsumsi jangka pendek. Berikut adalah fungsi konsumsi Keynes:

$$C = C_o + cY_d$$

Dimana,

$C_o$  : adalah Konsumsi subsidi (*The Otonom Consumption*) yakni sejumlah konsumsi yang diterima oleh konsumen apabila pendapatan mereka tidak ada, atau  $Y = 0$ .

$C$  : Marginal Propensity to Consume (MPC) yaitu besarnya *kecenderungan* perubahan konsumsi ketika pendapatan berubah ( $DC / DY$ )  $0 < c < 1$ , atau MPC positif tapi kurang dari 1

$Y_d$  : Pendapatan Disposable atau pendapatan yang siap dikonsumsi

## 2.5 Teori Permintaan

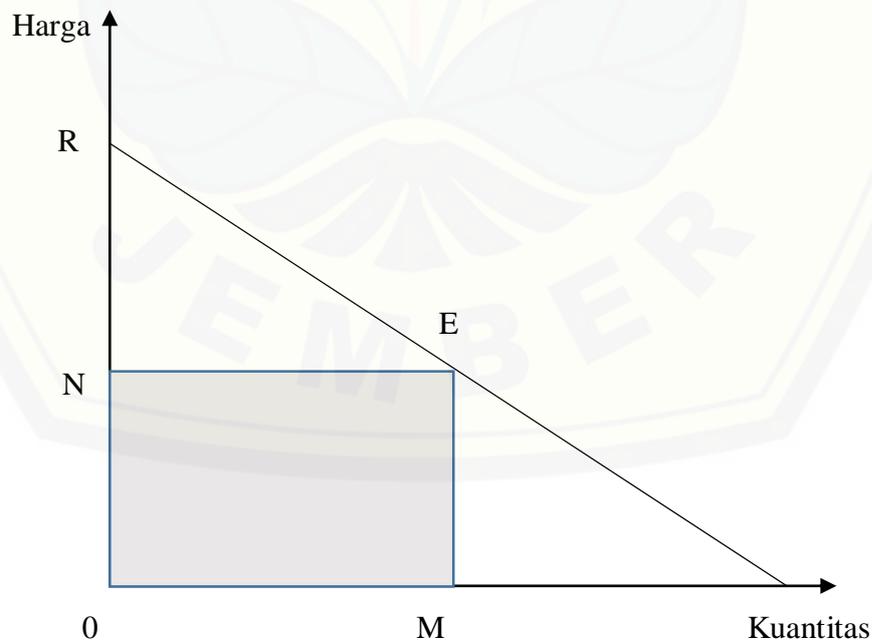
Menurut Raisova (2014), Permintaan adalah keinginan konsumen untuk membeli barang dan jasa serta kemauan untuk membayarkan suatu harga untuk barang atau jasa tertentu. Dengan asumsi faktor lain tetap, kenaikan harga barang atau jasa akan menurunkan kuantitas barang dan jasa yang diminta, dan sebaliknya. Salma, I. (2004) menyatakan bahwa permintaan suatu sumber daya adalah total dari seluruh permintaan akan berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Permintaan akan pariwisata adalah jumlah total orang yang bepergian untuk menggunakan fasilitas dan layanan pariwisata di tempat-tempat yang jauh dari tempat mereka tinggal dan bekerja. Permintaan untuk pariwisata mempengaruhi semua sektor ekonomi, termasuk: manusia (individu), usaha kecil dan menengah, perusahaan swasta, serta sektor pemerintah (Safitri, W., 2017).

Dalam Ermayanti (2012), dijelaskan bahwasanya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata diantaranya adalah harga, pendapatan, sosial budaya, intensitas keluarga serta faktor lainnya. Harga yang tinggi pada suatu

objek wisata berdampak pada kunjungan wisatawan yang akan berkunjung, sehingga hal ini dapat menurunkan permintaan wisata, berlaku sebaliknya. Jika tingkat pendapatan seseorang tinggi maka kecenderungan untuk berwisata akan tinggi pula. Sosial budaya dari tempat wisata juga menjadi faktor yang menentukan kunjungan wisatawan. Sosial budaya yang unik dan mempunyai ciri khas akan meningkatkan permintaan terhadap wisata karena membuat ketertarikan dan keingintahuan oleh wisatawan.

## 2.6 Surplus Konsumen

Surplus konsumen merupakan selisih dari jumlah maksimal yang bersedia dibayar oleh pembeli dengan jumlah yang sebenarnya yang dibayar oleh pembeli untuk suatu barang atau jasa (Salma dan Susilowati, 2004). Timbulnya surplus konsumen adalah karena keadaan dimana konsumen menerima barang lebih dari yang mereka bayarkan. Adanya bonus ini nantinya juga akan berpedoman pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Hal ini karena timbulnya surplus konsumen adalah karena konsumen membayar untuk tiap barang berdasarkan nilai barang terakhir (Salma dan Susilowati, 2004).



Gambar 2.2 Surplus Konsumen dalam Grafik (Sumber: Salma dan Susilowati 2004)

Keterangan:

OREM = Total utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Nilai total surplus konsumen

Gambar diatas menunjukkan bahwa kesediaan membayar berada di area bawah kurva permintaan. Kurva permintaan mengukur jumlah yang akan dibayarkan oleh konsumen untuk tiap unit barang yang dibeli. Total bidang di bawah kurva permintaan OREM menunjukkan total utilitas yang diperoleh konsumen ketika mereka mengkonsumsi barang atau bisa dikatakan bahwa OREM merupakan ukuran kemauan membayar total oleh konsumen karena jumlah tersebut merupakan penjumlahan nilai-nilai marginal Q dari 0 sampai M.

N merupakan harga yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan barang M. Nilai surplus konsumen merupakan selisih antara kemampuan maksimal konsumen untuk membayar dengan harga sebenarnya dari barang yang dibeli tersebut. Menurut gambar 2 maka ditunjukkan dengan segitiga NRE.

Surplus konsumen menunjukkan keuntungan yang diperoleh konsumen karena membeli suatu barang. Keuntungan itu diperoleh karena harga yang berlaku pada kondisi keseimbangan lebih rendah dari harga yang mereka sebenarnya mau bayarkan untuk mendapat barang tersebut. Dalam teori nilai guna, surplus konsumen juga dijelaskan bahwa terjadi kelebihan kepuasan yang dinikmati oleh para konsumen dalam membeli suatu barang (Sukirno, 2002: 213).

## 2.7 Pariwisata

### 2.7.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor yang sangat potensial pada suatu negara. Menurut bahasa sansekerta, Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari mempunyai arti yaitu banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Dan kata Wisata berarti perjalanan atau bepergian atau dalam bahasa inggris disebut "*reavel*". Jadi kata "pariwisata" dapat diartikan sebagai sebuah perjalanan yang

dilakukan oleh seseorang atau kelompok secara berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain (Karyono, 1997: 87).

Pengertian pariwisata dinyatakan oleh beberapa ahli dengan prespektif yang berbeda sesuai dengan tujuan yang hendak di capai. Beberapa pengertian dari para ahli tersebut adalah; A.J Burkat dalam Damanik dan Weber (2006: 5) mengatakan bahwa pariwisata merupakan proses perpindahan seseorang atau kelompok ke tempat mereka biasa hidup dan bekerja dalam jangka waktu yang singkat dan pariwisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencari kepuasan, mencari sesuatu, kesehatan, menikmati olahraga, berziarah atau sejenisnya. Menurut Marpaung (2002: 4) pariwisata adalah kegiatan di waktu senggang yang dilakukan di luar rumah dan membutuhkan waktu lebih dari 24 jam, seperti: mengunjungi keluarga di luar kota selama 2 hari. Menurut Pundit (1999), wisata adalah melakukan perjalanan ke suatu tempat tertentu dengan menggunakan alat transportasi. Fungsi transportasi adalah sebagai berikut. Pertama, pergi dari satu tempat ke tempat lain atau mengunjungi berbagai tempat dan negara semata-mata untuk perjalanan bisnis atau hanya untuk mencari kesenangan. Kedua, melakukan perjalanan berkeliling atau dalam area tertentu. Ketiga, pergi atau menempuh jarak dengan cara tertentu. Keempat, pergi dari satu tempat ke tempat lain sebagai wiraniaga sebagai bagian dari bisnis.

Sementara itu berdasarkan UU No. 9 tahun 1990 tentang pariwisata, wisata adalah aktivitas perjalanan atau bagian dari kegiatan yang telah dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara, untuk menikmati sebuah objek dan daya tarik. Pariwisata adalah sebuah fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang mensyaratkan suatu perpindahan orang ke tempat di luar lingkungan biasanya untuk keperluan pribadi atau bisnis. Berikut ini adalah beberapa variabel sosioekonomi yang dapat mempengaruhi adanya permintaan pariwisata (Mill dan Morrison, 1985), diantaranya:

a. Umur

Terdapat dua komponen dalam hubungan antara pariwisata dan umur, yang pertama adalah banyaknya waktu luang dan aktifitas yang berhubungan dengan

tingkatan umur tersebut. Yang kedua adalah perbedaan pola konsumsi antara kelompok yang muda dengan kelompok yang lebih tua.

## b. Pendapatan

Pendapatan adalah faktor penting yang menentukan sebuah perjalanan wisata. Selain dari adanya biaya perjalanan untuk mencapai suatu tempat wisata namun di lain sisi seorang wisatawan juga harus mengeluarkan uang untuk jasa yang terdapat pada tempat wisata tersebut

## c. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi permintaan terhadap pariwisata dalam hal tipe dan waktu luang yang digunakan dalam perjalanan tersebut. Tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang dan memberikan lebih banyak pilihan yang bisa diambil oleh seseorang.

Pariwisata adalah sebuah perjalanan untuk proses relaksasi, bisnis, penyegaran dan spiritual, biasanya untuk jangka waktu yang terbatas. Biasanya terkait dengan perjalanan lintas negara tetapi juga bisa perjalanan di dalam negara yang sama. Pariwisata telah berubah menjadi kegiatan relaksasi yang lazim di seluruh dunia. Dapat berupa pariwisata lokal atau global yang memiliki inbound maupun outbound. Di beberapa negara dapat mempengaruhi perekonomian negara dan di beberapa kasus itu menunjukkan signifikansi yang dinamis (Halls and Coles, 2008). Pada dasarnya pariwisata adalah sekelompok acara, fasilitas, dan bisnis yang membawa pengalaman bepergian yang terdiri dari penginapan, konsumsi, transportasi, layanan keramahtamahan, fasilitas yang menyediakan hiburan dan berbagai kegiatan bagi seseorang atau kelompok yang keluar dari rumah (Halls and Coles, 2008).

### 2.7.2 Jenis Pariwisata

Jenis-jenis pariwisata dinamis dalam waktu, mereka sangat bervariasi. Jenis-jenis pariwisata yang disajikan dalam periode tertentu dihasilkan oleh kebutuhan tujuannya, tingkat fasilitas budaya dan sosial dan sarana transportasi yang ada. Sesuai dengan tujuannya, setiap jenis pariwisata akan menuju daerah-daerah di mana tujuan tersebut dapat dicapai baik melalui fasilitas potensial, baik karena iklim atau tradisi spesifik tempat tersebut. Spillane (1982) menjelaskan

bahwa setidaknya ada 6 jenis pariwisata berdasarkan motif dan tujuannya, diantaranya:

a. Wisata kesenangan

Wisata kesenangan adalah wisata untuk orang-orang yang ingin berlibur, menikmati pemandangan, mendapatkan udara segar, mengendurkan otot, memenuhi rasa penasaran, dan melihat sesuatu yang baru.

b. Wisata rekreasi

Wisata rekreasi digunakan untuk menenangkan pikiran, fisik dan spiritual, serta untuk menyegarkan kelelahan dan keletihan. Wisata ini biasanya dilakukan di gunung, pantai, pusat kesehatan atau resor. Untuk mendukung kegiatan rekreasi pemerintah telah mengambil peran penting dalam penciptaan, pemeliharaan, dan organisasi dan seluruh industri telah mengembangkannya.

c. Wisata budaya

Jenis wisata budaya biasanya berhubungan dengan adanya motivasi, seperti belajar di pusat penelitian, mengunjungi monumen bersejarah, mempelajari adat-istiadat daerah tertentu, mempelajari artefak-artefak, budaya dan festival musik, pusat agama, teater, tarian rakyat, dll.

d. Wisata olahraga

Pariwisata jenis ini dibagi menjadi dua yaitu: Acara olahraga besar seperti Olympiade Games, Kejuaraan Tinju, Kejuaraan Ski Dunia, dan acara lainnya untuk menarik pengunjung atau penggemar. Sedangkan yang kedua adalah wisata olahraga dari praktisi dimana orang-orang yang ingin belajar dan berlatih sendiri seperti memancing, berburu, menunggang kuda, mendaki gunung, dll.

e. Wisata bisnis

Jenis pariwisata ini adalah jenis perjalanan seorang profesional atau bepergian karena berhubungan langsung dengan pekerjaan atau posisi seseorang yang tempat dan waktunya tidak dapat dirubah.

f. Konvensi wisata

Wisata jenis ini adalah yang paling dipilih oleh beberapa negara karena ketika sebuah konvensi atau pertemuan diadakan, sehingga pengunjung akan datang ke

negara itu lebih dari sebelumnya. Negara yang mempunyai banyak pengunjung akan membangun gedung pendukung untuk wisata konvensi.

Sementara itu, berdasarkan klasifikasinya, pariwisata dapat dibedakan menjadi 6 yakni:

1. Pariwisata dengan kriteria area awal dan tujuan:
  - a) Pariwisata domestik;
  - b) Pariwisata Internasional
2. Pariwisata dengan kriteria jumlah individu:
  - a) Pariwisata individu;
  - b) Pariwisata kelompok.
3. Pariwisata dengan kriteria organisasi:
  - a) Pariwisata terorganisir;
  - b) Pariwisata yang tidak terorganisir;
  - c) Pariwisata semi-terorganisir.
4. Pariwisata dengan kriteria musim;
  - a) Pariwisata berkelanjutan;
  - b) Pariwisata tidak berkelanjutan.
5. Pariwisata dengan kriteria waktu:
  - a) Pariwisata untuk periode waktu yang sangat lama;
  - b) Pariwisata berdurasi lama;
  - c) Pariwisata berdurasi singkat.
6. Pariwisata dengan kriteria transportasi:
  - a) Pariwisata dengan kereta api;
  - b) Pariwisata dengan mobil;
  - c) Wisata bahari;
  - d) Wisata udara;
  - e) Bentuk pariwisata lainnya (bersepeda, berjalan kaki, dll.).
7. Pariwisata dengan kriteria sosial:
  - a) Pariwisata swasta;
  - b) Wisata sosial
8. Pariwisata dengan Kriteria usia / pekerjaan wisatawan:

- a) Wisata Pemuda;
- b) Pariwisata khusus orang dewasa;
- c) Pariwisata khusus untuk generasi yang lebih tua

9. Pariwisata dengan kriteria untuk jenis tujuan:

- a) Wisata gunung;
- b) Musim pariwisata

10. Pariwisata Terkait Kenyamanan,

Saat ini, wisata rekreasi (liburan) mendominasi dalam hal partisipasi jenis pariwisata yang paling penting terutama masyarakat kota yang sedang stres dengan pekerjaannya. Namun berbeda dengan masyarakat desa yang kurang adanya mobilitas dan pendapatan relatif rendah.

11. Pariwisata Dan Rekreasi Untuk Perawatan Kesehatan,

Jenis pariwisata ini dikenal menjadi salah satu jenis pariwisata yang tertua. Tempat tujuan jenis pariwisata ini adalah adalah resor Spa yang mengejar fungsi rekreasi, fitur dan fungsi pengobatan.

### 2.7.3 Dampak Pariwisata

Aktivitas pariwisata di berbagai negara tercermin paling signifikan daripada penciptaan aktivitas yang memang bertujuan untuk meningkatkan keuangan dan dampak sosial. Dalam pertumbuhan ekonomi, pariwisata adalah fasilitator luar biasa karena merupakan bagian penting dalam tingkat ekonomi makro. Sektor ini sangat penting untuk menyerap tenaga kerja dan merupakan penyebab penting dari pendapatan pemerintah (Agaraj dan Murati, 2009).

Menurut Faizun (2009) dampak pariwisata adalah perubahan yang terjadi pada masyarakat sebagai komponen di lingkungan sebelum ada kegiatan pariwisata dan setelah kegiatan pariwisata. Menurut Cohen (1984), dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal ada delapan yaitu: pendapatan devisa, pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga, distribusi manfaat, kepemilikan dan kontrol, pengembangan umum, pendapatan pemerintah. Berikut ini adalah beberapa pentingnya industri pariwisata bagi suatu negara menurut Agaraj dan Murati (2009):

- a) Sumber penghasilan valuta asing. Industri pariwisata adalah jenis bisnis utama yang efektif di seluruh dunia.
- b) Industri ini juga merupakan salah satu segmen yang signifikan. Menciptakan peluang yang terkait dengan pekerjaan. Menawarkan layanan untuk tenaga kerja yang tidak berpengalaman, prenominal dan maupun yang sudah berpengalaman. Direktur, tenaga kerja dll adalah individu atau upaya yang diperlukan dalam industri pariwisata.
- c) Industri pariwisata adalah sumber utama pendapatan publik dan bagi sektor swasta bersama dengan pajak dan penjualan pemerintah, pajak pelayanan dan pajak biaya. Yang diakui sebagai pendapatan pemerintah adalah pendapatan masyarakat. Kerajinan tangan, seni dll adalah barang-barang yang memikat wisatawan dan penjual akan mendapat untung yang disebut pendapatan pribadi.
- d) Industri pariwisata mengalokasikan wisata dengan pertukaran sosial dan membawa beberapa persepsi etnis dari negara lain di mana pun mereka berkunjung. Penduduk asli negara tersebut dapat mengambil linguistik, keterampilan, bakat, nilai dan lainnya.
- e) Pariwisata mempublikasikan negara-negara kecil di berbagai belahan dunia, yang sulit diposisikan di peta global.

Pariwisata adalah salah satu sektor paling penting bagi negara yang sedang berkembang. Pariwisata domestik dan internasional keduanya harus diukur untuk memperkirakan dampak pariwisata terhadap perekonomian. Di tempat kawasan pariwisata tersebut dapat menawarkan dasar-dasar untuk meningkatkan perjalanan sebagai industri ekspor, yang mencerminkan bahwa tingkat kegiatan keuangan kawasan akan meningkat atas transaksi barang dan fasilitas kepada para wisatawan.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berikut merupakan hasil penelitian yang menjadi referensi dan rujukan dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk memberikan pedoman dalam melakukan penelitian mengenai “Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang dengan Pendekatan *Travel Cost Method*”.

Tabel 2.1 Matrik Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Zulpikar, Z., Pra, D., Virgininda, T., dan Karissa, K., (2016)	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran	TCM	a) Biaya perjalanan, jarak tempuh dan durasi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Karas. b) Potensi ekonomi Pantai Batu Karas sebesar Rp 86,571, 960,874.00 per tahun c) Nilai surplus konsumen sebesar Rp 566,183.00 perorang pertahun.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan
2.	Ermayanti, E. (2012)	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park dengan Metode Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi	TCM dan CVM	a) Biaya perjalanan, pendidikan, pendapatan, dan jarak berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Ndayu Park b) Surplus konsumen Objek Wisata Ndayu Park sebesar Rp 260.841.380,00 per tahun dan total WTP sebesar Rp 4.033,75/orang.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan, metode ditambah dengan analisis menggunakan CVM

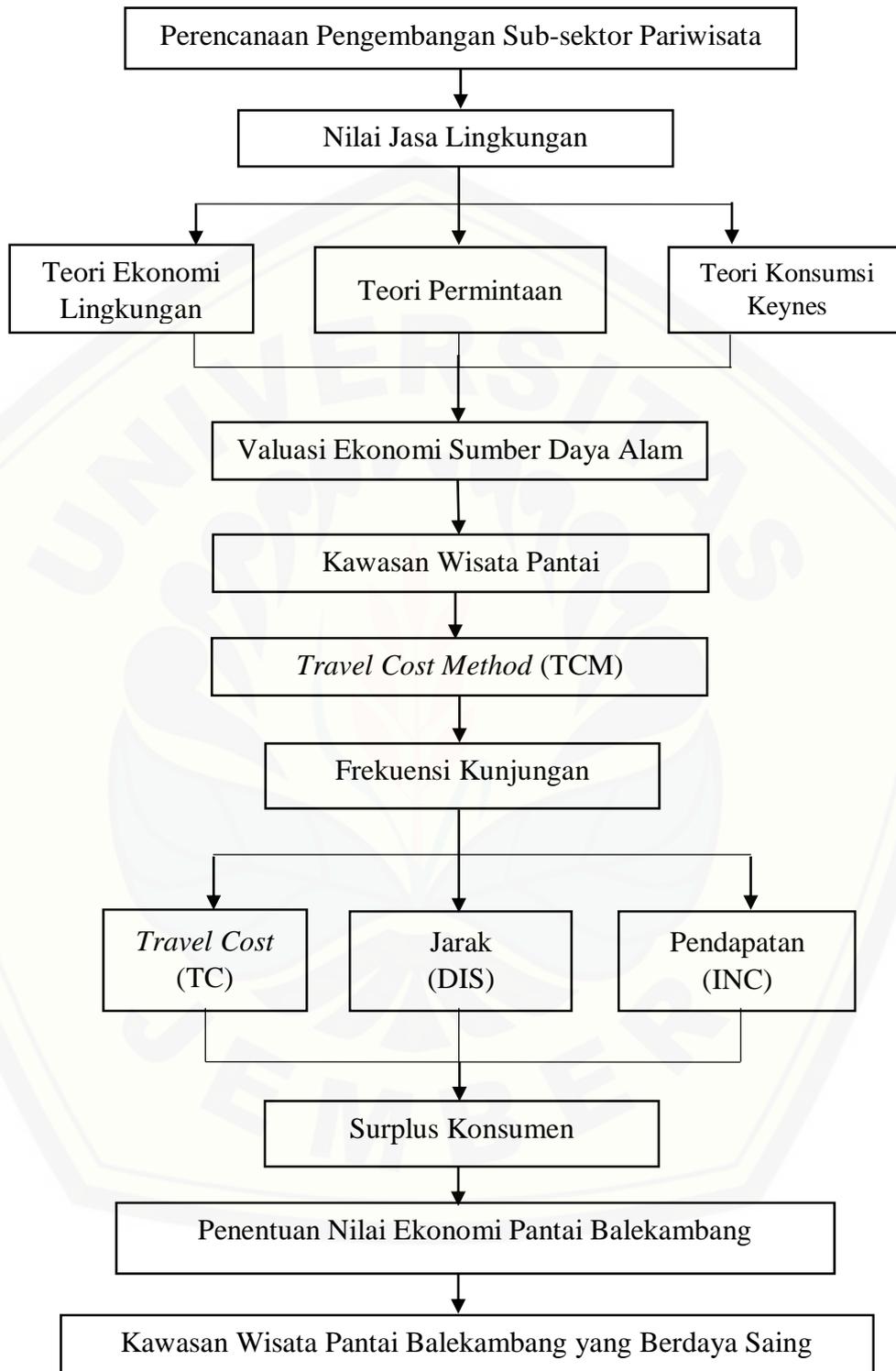
3.	Rifki Khoirudin dan Uswatun Khasanah (2018)	Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta	TCM	a) Total biaya, tingkat pendapatan, dan jarak memengaruhi jumlah kunjungan ke Pantai Parangtritis. b) Valuasi ekonomi Pantai Parangtritis adalah sebesar Rp14.605.101.491.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM, Variabel yang digunakan sama-sama menggunakan biaya, jarak, pendapatan	Lokasi penelitian
4.	Torres, O., Perez, R., Diaz, P., Manuel, J., Pina, F (2018)	<i>Economic Valuation of Cultural Heritage: Application of Travel Cost Method to the National Museum and Research Center of Altamira</i>	TCM	Nilai ekonomi dari Museum Nasional dan Pusat Penelitian Altamira berkisar antara 4.75 sampai 8.00 juta euro pertahun.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan
5.	Mathew, Ramachandran, Mohamad Afandi, 2018	<i>Economic Valuation Using Travel Cost Method (TCM) in Kilim Karst Geoforest</i>	TCM	Manfaat yang diperkirakan menggunakan penyesuaian biaya perjalanan, berdasarkan kepuasan yang diperoleh, adalah € 288.000.000, dan jumlah jam yang dihabiskan di taman	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan

		<i>Park, Langkawi, Malaysia</i>		adalah € 141.000.000, yang lebih besar dari itu untuk penyesuaian surplus konsumen berdasarkan kepuasan yang dicapai € 278.640.000 dan jumlah jam yang dihabiskan € 123.840.000		
6.	Swastika, F. (2016)	Estimasi Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Jalur Pendakian Cibodas Taman Nasional Gunung Gede Pangrejo	TCM	Surplus konsumen pengunjung terhadap kawasan wisata pendakian di jalur pendakian Cibodas sebesar Rp 98 643 orang per kunjungan, sehingga diperoleh nilai ekonomi kawasan jalur pendakian Cibodas sebesar Rp 3762 441306.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM. Variabel yang digunakan sama-sama menggunakan biaya, jarak, pendapatan	Lokasi penelitian
7.	Safitri, W. (2017)	<i>Economic Valuation of Lakey Beach Green Tourism, Dompu Regency:</i>	TCM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai ekonomi objek wisata pantai Danauy di Kabupaten Dompu adalah Rp.190.192.740.117,18. Biaya perjalanan, pendapatan rata-rata per	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan

		<i>Travel Cost Method</i>		bulan, waktu perjalanan, usia, tahun pendidikan wisatawan mempengaruhi frekuensi kunjungan ke objek wisata Danau di Kabupaten Dompu.		
8.	Zulpikar, F., Alexander T., El-Kiyat. (2018)	<i>Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method</i>	TCM	Nilai ekonomi dari wisata bahari Pulau Marine adalah IDR 68.505.101.600 dengan surplus konsumen sebesar IDR 397.592 per perjalanan individu. Kegiatan pariwisata memiliki dampak positif pada kondisi ekonomi masyarakat setempat. Hasil penelitian ini telah memberikan informasi yang berguna untuk pengelolaan sumber daya kelautan yang berkelanjutan.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan, menganalisis strategi yang akan dilakukan
9.	Limaei, M., Ghesmati, Rashidi, Yamini. (2014)	<i>Economic Evaluation of Natural Forst Park Using The Travel Cost Method</i>	TCM	Hubungan antara waktu perjalanan dan jumlah pengunjung positif. Selain itu, ada hubungan yang signifikan antara jumlah pengunjung sebagai variabel	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan

	<i>(case study; Masouleh Forest Park, North of Iran)</i>		<p>dependen dan biaya perjalanan sedangkan ketika biaya perjalanan meningkat, jumlah pengunjung berkurang. Model memperkirakan kesediaan rata-rata untuk membayar 12.500 Rial Iran per kunjungan. Hasilnya juga menunjukkan bahwa rata-rata biaya perjalanan pulang pergi adalah 85,5 (10.000 Rial Iran).</p>			
10.	Rini, S. (2014)	<p><i>Economic Valuation of Amal Beach Tourism: Travel Cost Method (TCM) Application</i></p>	TCM	<p>Jumlah kunjungan ke Pantai Amal dipengaruhi oleh biaya total ke Pantai Amal, Biaya perjalanan rata-rata adalah Rp.108.100, jumlah pengunjung pada tahun lalu yang pada tahun 2013 jumlah kunjungan dari 64.560 pengunjung. Untuk mendapatkan nilai ekonomi Pantai Amal dihitung dengan total pengeluaran pengunjung adalah Rp.774.720.000, -.</p>	<p>Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM</p>	<p>Lokasi penelitian, variabel yang digunakan, serta untuk menghitung nilai ekonomi tidak dihitung dengan surplus konsumen</p>

## 2.9 Kerangka Konseptual



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Valuasi Ekonomi Pantai Balekambang

Pantai Balekambang merupakan salah satu objek wisata alam yang terletak di Kabupaten Malang. Suasana pantainya yang indah dan panorama alam yang menakjubkan. Potensi Pantai Balekambang ini tidak dapat dinilai secara langsung dengan jumlah pendapatan yang berasal dari karcis yang terjual tiap harinya namun salah satu cara penilaian ekonomi yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan metode biaya perjalanan atau *travel cost method* (TCM), dimana menghubungkan beberapa faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan yang terdiri dari biaya perjalanan, tingkat pendapatan, serta jarak yang terdapat di dalam Objek Wisata Pantai Balekambang. Variabel nilai wisata alam yang meliputi biaya perjalanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan, merupakan data primer yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada pengunjung Pantai Balekambang.

Secara umum, tujuan penelitian yang pertama dilakukan adalah melihat dan mengetahui perkembangan kunjungan wisatawan terhadap objek wisata Pantai Balekambang setiap tahunnya, lalu menghitung biaya perjalanan individual (*Individual Travel Cost*) dengan melihat frekuensi kunjungan Pantai Balekambang sebagai variabel terikat dan biaya perjalanan setiap individu wisatawan yang berkunjung sebagai variabel bebasnya. Variabel bebas lainnya adalah jarak. Semakin jauh jarak yang ditempuh oleh wisatawan menuju objek wisata Pantai Balekambang, maka semakin sedikit permintaan terhadap kunjungan pada objek wisata tersebut. Variabel selanjutnya adalah penghasilan yang dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan terhadap objek wisata Pantai Balekambang. Penghasilan rata-rata wisatawan akan diukur dari total penghasilan wisatawan perbulan, sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja maka bisa diukur dari penghasilan orang tua atau kepala keluarga setiap bulannya. Variabel ini sama dengan teori konsumsi Keynes yang mengatakan bahwa semakin tinggi pendapatannya maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya. Baik konsumsi bahan pokok, maupun tersier seperti rekreasi.

Setelah mendapat nilai dari hasil regresi linear berganda, maka mencari surplus konsumen dengan cara memasukkan koefisien variabel TC kedalam perhitungan. Dengan mengetahui nilai surplus konsumen maka dapat menghitung

nilai ekonomi keseluruhan dengan cara nilai surplus konsumen dikalikan dengan jumlah pengunjung objek wisata Pantai Balekambang di tahun penelitian. Kemudian dengan hasil perhitungan valuasi ekonomi tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan pengelola atau pemerintah daerah untuk mengambil keputusan dan kebijakan yang sesuai dengan kondisi Pantai Balekambang tersebut.

## 2.10 Hipotesis

Berdasarkan teori-teori yang telah disebutkan dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap variabel frekuensi kunjungan ke Objek Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang
2. Diduga variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke Objek Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang
3. Diduga variabel jarak berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan ke Objek Wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang.

## BAB 3 METODE PENELITIAN

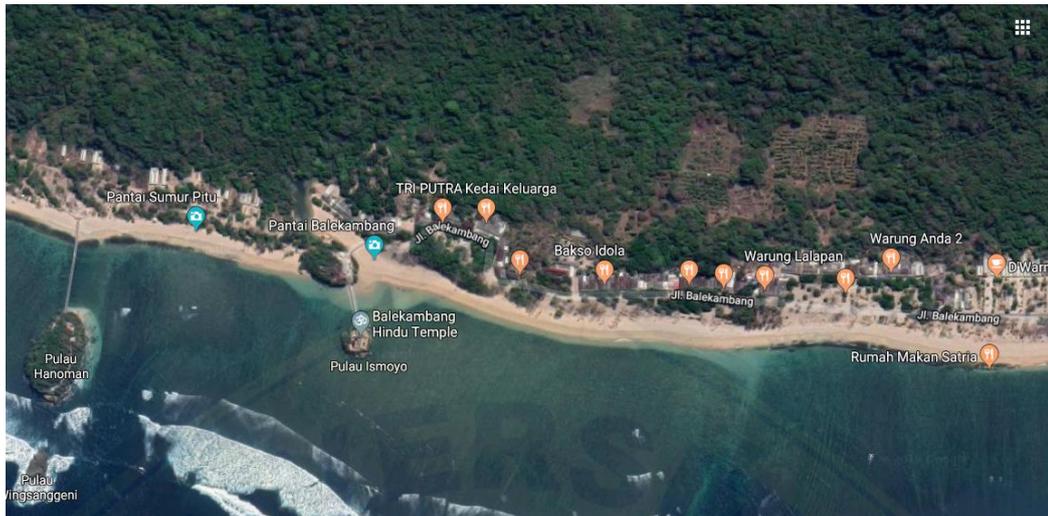
### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan sistematis yang menghubungkan antara fenomena dengan prespektif sebab akibat, biasanya menggunakan variabel tertentu, hipotesis, survei, pengukuran observasi atau berhubungan dengan strategi penelitian seperti *postpositive knowledge claims*, dan *pre posttest measures of attitudes, experimental strategy of inquiry* yang selanjutnya akan dimodelkan berdasarkan teori perhitungan matematis atau statistik.

Pendekatan kuantitatif sebagian besar dilakukan dalam ilmu sosial menggunakan metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari studi penelitian. Dalam metode penelitian ini, para peneliti dan ahli statistik menggunakan kerangka kerja matematis dan teori-teori yang berkaitan dengan kuantitas. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengaplikasikan persamaan matematis berdasarkan teori dan hipotesis yang sesuai dengan fenomena yang benar-benar terjadi. Pendekatan kuantitatif memiliki proses yang krusial dalam hal pengukuran dimana pengukuran ini mampu mendiskripsikan korelasi fundamental antara observasi empiris dan ekspresi matematis dari hubungan kuantitatif. Dengan fungsi pendekatan kuantitatif tersebut, diharapkan penelitian ini dapat menjelaskan valuasi ekonomi dari Objek Wisata Pantai Balekambang menggunakan *Travel Cost Method*.

### 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Pantai Balekambang, dengan objek penelitiannya adalah pengunjung yang datang ke Objek Wisata Pantai Balekambang pada tanggal 29, 30 dan 31 Desember 2019.



Gambar 3.1 Lokasi Penelitian Objek Wisata Pantai Balekambang, Desa Srirongco, Kecamatan Bantul, Kabupaten Malang

### 3.3 Jenis Data & Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengujian dari hipotesis yang sudah ditetapkan adalah tujuan dari pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik (Ermayanti, 2012). Data primer dan data sekunder adalah data yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara langsung dengan responden, yaitu wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Pantai Balekambang.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat digunakan untuk melengkapi analisis dalam penelitian ini yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Pengelola Objek Wisata Pantai Balekambang, BPS Kabupaten Malang, Internet, serta beberapa literatur (buku dan jurnal) yang ikut mendukung penelitian ini.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adanya teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah berfungsi untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Observasi

Teknik observasi dilakukan untuk meneliti biaya perjalanan, tingkat pendapatan wisatawan dan jarak yang terdapat pada Objek Wisata Pantai Balekambang.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memberikan bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian di Objek Wisata Pantai Balekambang. Dokumentasi tersebut dapat berupa foto Objek Wisata Pantai Balekambang dan foto wawancara peneliti dengan responden.

c. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan responden mengenai pernyataan yang telah disiapkan dalam bentuk kuesioner.

d. Studi Pustaka

Teknik ini dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data yang sudah ada, baik yang ada di jurnal, buku atau internet.

### 3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara atau prosedur tertentu yang sekaligus mempunyai karakteristik dan ciri tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam menentukan sampel dalam penelitian ini adalah (Ortacesme et al, 2001):

a. Responden yang berada di lokasi wisata minimal 30 menit.

b. Responden yang hanya mengunjungi satu obyek saja tidak ada obyek lain sebelum dan sesudahnya.

- c. Responden yang tinggal di daerah obyek wisata atau dari daerah lain.
- d. Responden yang tujuan berwisata untuk berlibur

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* yakni metode sampling yang menjadikan setiap unsur dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin yakni:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n : ukuran sampel
- N : ukuran populasi
- e : error margin (10%)

Menurut data yang diperoleh dari dokumen resmi PD Jasa Yasa, bahwa jumlah pengunjung Pantai Balekambang pada tahun 2019 adalah 513.264 orang. Jadi, jumlah populasi N sebesar 513.264.

$$n = \frac{513.264}{1 + 513.264 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{513.264}{1 + 5132,64}$$

$$n = \frac{513.264}{5133,64}$$

$$n = 99,980521$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

## 3.6 Metode Analisis Data

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan bagaimana kondisi Objek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang berdasarkan hasil dari data primer dan data sekunder yang ada. Di tahap awal dalam metode penelitian kuantitatif, peneliti melakukan penjelajahan, kemudian pengumpulan data, mulai dari observasi hingga penyusunan laporan. Ciri dan karakteristik sosial ekonomi yang ada di lapangan perlu dimasukkan ke dalam hasil survei karena dapat membantu menerjemahkan respon terhadap pertanyaan valuasi utama.

### 3.6.2 Analisis Regresi

Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam sebuah penelitian dapat diketahui dengan menggunakan alat analisis statistik yakni regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel. Menurut Khoirudin (2018), variabel-variabel yang digunakan untuk menganalisis frekuensi kunjungan individu ke Objek Wisata Pantai Balekambang adalah biaya perjalanan ke objek wisata, tingkat pendapatan serta jarak yang ditempuh untuk mencapai Objek Wisata Pantai Balekambang yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Visit} = f(\text{TC}, \text{INC}, \text{DIS})$$

Dimana,

Visit : Frekuensi kunjungan wisatawan ke Pantai Balekambang

TC : *Travel Cost* atau biaya perjalanan yang berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain

INC : Tingkat pendapatan wisatawan rata-rata selama sebulan

DIS : Jarak Pantai Balekambang terhadap tempat tinggal wisatawan

Dari perumusan diatas maka model regresi linier berganda yang dapat dibuat adalah sebagai berikut:

$$V = \beta_0 + \beta_1\text{TC} + \beta_2\text{INC} + \beta_3\text{DIS} + \varepsilon$$

Keterangan:

- V : Frekuensi kunjungan wisatawan ke Pantai Balekambang  
 $\beta_0$  : Konstanta/intersep  
 $\beta_1$ - $\beta_3$  : Koefisien regresi/parameter masing-masing variabel bebas  
TC : *Travel Cost* atau biaya perjalanan yang berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain  
INC : Tingkat pendapatan wisatawan rata-rata selama sebulan  
DIS : Jarak Pantai Balekambang terhadap tempat tinggal wisatawan  
 $\varepsilon$  : Gangguan (*disturbance*)

Menurut Torres (2018), untuk menghindari adanya gangguan-gangguan dan masalah dalam uji asumsi klasik, maka model tersebut ditransformasikan kedalam bentuk Log-Log sehingga model tersebut menjadi sebagai berikut:

$$\text{LNV} = \beta_0 + \beta_1 \text{LNTC} + \beta_2 \text{LNINC} + \beta_3 \text{LNDIS} + \varepsilon$$

Keterangan:

- LNV : Frekuensi kunjungan wisatawan ke Pantai Balekambang  
 $\beta_0$  : Konstanta/intersep  
 $\beta_1$ - $\beta_3$  : Koefisien regresi/parameter masing-masing variabel bebas  
LNTC : *Travel Cost* atau biaya perjalanan yang berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain  
LNINC : Tingkat pendapatan wisatawan rata-rata selama sebulan  
LNDIS : Jarak Pantai Balekambang terhadap tempat tinggal wisatawan  
 $\varepsilon$  : Gangguan (*disturbance*)

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Suatu uji ekonometrik dilakukan untuk memastikan bahwa model yang telah dibuat terhindar dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui dan menguji apakah ditemukan suatu hubungan atau korelasi antar variabel bebas dalam model regresi

linear yang telah dibuat. Suatu model regresi yang baik harusnya tidak akan terjadi hubungan atau korelasi antar variabel *independent* tersebut (Pramudhito, 2010). Perhitungan regresi pelengkap (*auxiliary regressions*) adalah salah satu cara yang dapat dipakai untuk mendeteksi multikolinearitas dengan membandingkan nilai  $F_i$  dan  $F_{hitung}$ . Jika  $F_i < F_{hitung}$  maka terdapat hubungan kolinear diantara masing-masing variabel bebas, hal ini berlaku sebaliknya.

b) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat gangguan yang mempunyai ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan. Jika varians dari pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka itu disebut dengan homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas (Ghozali, 2002). Salah satu cara yang digunakan untuk menemukan heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Breusch Pagan-Godfrey. Dimana jika hasil nilai signifikansinya (Sig.)  $> 0,10$  maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

3.6.4 Uji Statistik

a) Uji F

Uji F adalah uji bersama untuk mengetahui dan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah dalam uji F adalah:

- i. Merumuskan formula hipotesis  
 $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$   
 $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$
- ii. Menentukan *level of significance* ( $\alpha$ ) sebesar 10%
- iii. Menentukan  $F_{tabel}$  dan menghitung  $F_{hitung}$

$$F_{tabel} \longrightarrow F_{\alpha, n-k, k-1}$$

$$F_{hitung} \longrightarrow \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan:

$R^2$  : Koefisien determinasi

$k$  : Banyaknya parameter termasuk intersep

$n$  : Jumlah sampel

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulannya bahwa  $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  tidak sama dengan nol. Dapat dikatakan bahwa semua koefisien regresi/parameter secara bersama-sama signifikan pada  $\alpha = 10\%$ . Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Kesimpulannya bahwa  $b_1, b_2, b_3, b_4$  dan  $b_5$  tidak berbeda dengan nol. Dapat dikatakan bahwa semua koefisien regresi/parameter secara bersama-sama tidak signifikan pada  $\alpha = 10\%$ .

b) Uji t

Uji t adalah bentuk uji koefisien regresi parsial yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas atau independen dalam mempengaruhi perubahan variabel terikat atau dependen. Dalam tes ini diasumsikan bahwa variabel independen lainnya dalam keadaan konstan. Langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- i. Merumuskan formula hipotesis:

$$H_0 : b_1 = 0$$

$$H_a : b_1 \neq 0$$

- ii. Menentukan *level of significance* ( $\alpha$ ) sebesar 10%
- iii. Menentukan  $t_{tabel}$  dan menghitung  $t_{hitung}$

$$t_{tabel} \rightarrow t_{\alpha/2 : n-k}$$

Keterangan:

$\alpha$  : Derajat signifikansi = 5%;  $\alpha = 0,10$

$n$  : Jumlah sampel (observasi)

$k$  : Banyaknya parameter dalam model termasuk intersep

$$t_{hitung} \rightarrow \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)}$$

Keterangan:

$\beta_i$  : Parameter

$Se(\beta_i)$  : *standart error* parameter

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Kesimpulannya  $b_1$  sama dengan nol ( $b_1$  tidak signifikan pada  $\alpha = 10\%$ ). Dapat dikatakan bahwa  $X_1$  secara statistik tidak berpengaruh terhadap  $Y$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulannya  $b_1$  berbeda dengan nol ( $b_1$  signifikan pada  $\alpha = 10\%$ ). Dapat dikatakan bahwa  $X_1$  secara statistik berpengaruh terhadap  $Y$ . Kriteria lainnya yang dapat digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi adalah dengan melihat *p-value* dari hasil *print-out software* pengolahan data. Jika *p-value*  $> \alpha = 0,10$ ; maka  $H_0$  diterima sehingga  $X_i$  tidak signifikan terhadap  $Y$ . Jika *p-value*  $< \alpha = 0,10$ ; maka  $H_0$  ditolak sehingga  $X_i$  signifikan terhadap  $Y$ .

c) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam bentuk persentase Koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel yang dijelaskan oleh variabel independen. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 dan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin mendekati 1, maka semakin baik modelnya.

3.6.5 Surplus Konsumen

Surplus konsumen merupakan selisih dari jumlah maksimal yang bersedia dibayar oleh pembeli dengan jumlah yang sebenarnya yang dibayar oleh pembeli untuk suatu barang atau jasa (Samuelson dan Nordhaus, 1990 dalam Salma dan Susilowati, 2004). Surplus konsumen / *Consumer Surplus* (CS) untuk fungsi permintaan linear dapat dirumuskan sebagai berikut (Safitri, W., 2017):

$$CS = \frac{\text{mean } V^2}{|2\beta|}$$

Keterangan:

CS : *Consumer Surplus* / Surplus Konsumen

V : Rata-rata jumlah kunjungan wisatawan dalam setahun

$\beta$  : Koefisien biaya perjalanan (TC)

3.6.6 Perhitungan Valuasi Ekonomi

Dalam penelitian ini untuk menghitung suatu valuasi ekonomi menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen per individu per tahun. Untuk

menghitung nilai surplus konsumen, gunakan formulasi sebagai berikut (Safitri, W., 2017):

$$TCS = CS \times N$$

Keterangan:

TCS : *Total Consumer Surplus* / Surplus Konsumen Total

CS : *Consumer Surplus* / Surplus Konsumen

N : Populasi wisatawan selama satu tahun

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen. Variabel dependen adalah faktor yang dipengaruhi oleh variabel independen. Sedangkan variabel independen adalah faktor yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan (VISIT). Sedangkan variabel independen yang digunakan adalah biaya perjalanan (TC), pendapatan (INC), jarak (DIS).

a) Frekuensi kunjungan

Frekuensi kunjungan (VISIT) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Frekuensi kunjungan yang dimaksud adalah banyaknya kunjungan yang dilakukan responden selama tahun 2019 ke Objek Wisata Pantai Balekambang. Variabel ini menggunakan satuan kali.

b) Biaya Perjalanan

Biaya perjalanan (TC) dapat meliputi biaya yang dikeluarkan wisatawan untuk mencapai Objek Wisata Pantai Balekambang seperti biaya transportasi, tiket masuk, parkir, konsumsi) dalam satu kali kunjungan dan menggunakan satuan rupiah.

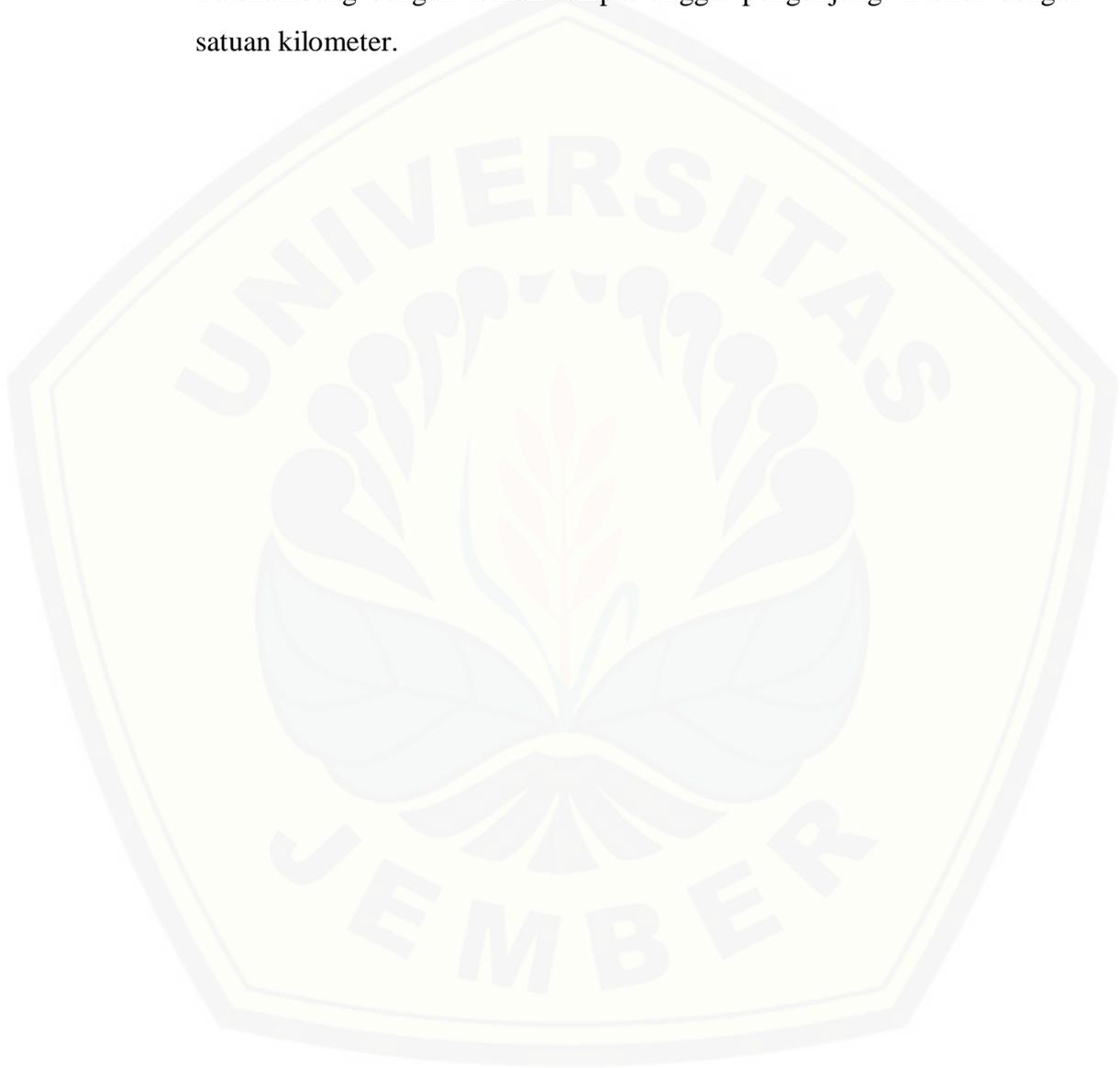
c) Pendapatan

Pendapatan (INC) pengunjung Objek Wisata Pantai Balekambang yang bervariasi menjadikan variabel pendapatan ini dimasukkan ke dalam penelitian dengan menggunakan satuan rupiah. Pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan bersih perbulan yang diperoleh pengunjung dan untuk

remaja atau mahasiswa yang belum bekerja maka menggunakan uang saku perbulan.

d) Jarak

Jarak yang dimaksud disini adalah jarak antara tempat Objek Wisata Pantai Balekambang dengan rumah tempat tinggal pengunjung. Diukur dengan satuan kilometer.



## BAB 5 KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari Bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis regresi diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Pantai Balekambang adalah:
  - a. Biaya perjalanan berkoefisien negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan. Artinya semakin meningkatnya biaya perjalanan, maka frekuensi kunjungannya pun menurun
  - b. Pendapatan berkoefisien positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan. Artinya apabila wisatawan memiliki peningkatan pendapatan, maka probabilitas wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Balekambang juga meningkat
  - c. Jarak berkoefisien negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan. Artinya semakin jauh jarak yang ditempuh wisatawan, maka probabilitas wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Balekambang akan menurun.
2. Nilai ekonomi Objek Wisata Pantai Balekambang yang diperoleh dari perhitungan TCM yaitu sebesar Rp 175.426.002.964,32 pada tahun 2019.

### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut maka peneliti menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Perbaiki infrastruktur di sektor kebersihan dan akses jalan. Perlu adanya peningkatan mutu dan fasilitas tong sampah sehingga wisatawan yang berkunjung tidak membuang sampah sisa makanan yang mereka bawa di sembarang tempat. Nilai surplus konsumen tahun 2019 sangatlah tinggi, hal ini bisa dikatakan pengelola dapat menambahkan fasilitas kebersihan seperti tong sampah dan mempekerjakan petugas kebersihan dengan cara menaikkan harga

karcis masuk. Adanya perbaikan akses jalan menuju Objek Wisata Pantai Balekambang juga sangat penting dengan memperlebar jalanan dengan aspal sehingga ketika musim liburan, tidak terjadi macet yang sangat panjang

2. Rekomendasi bagi penelitian yang akan datang untuk menilai valuasi ekonomi Pantai Balekambang menggunakan pendekatan *Zonal Travel Cost*.



**Daftar Pustaka**

- Agaraj, X., dan Murati, M. 2009. Tourism an Important Sector of Economy Development. *Annals-Economy Series*. 1: 83-90
- Aqma, H. 2018. Keynes Consumption Theory: A Reevaluation According to the Islamic Perspective. *Journal Committee on Publication Ethics*. 8(7): 29
- Asyiwati, Y., dan Syiddatul, L. 2012. Identifikasi Dampak Perubahan Fungsi Ekosistem Pesisir Terhadap Lingkungan. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. 14(1): 1-13
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik*. September. Malang: BPS Kabupaten Malang.
- Baskoro. 2008. Pengantar Ekonomi Lingkungan. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Cahyo, Herman. 2019. Ekonomi Regional: Tipologi dan Sektor Potensial Dalam Pengembangan Wilayah (Studi Pada Wilayah Kecamatan di Kabupaten Jember). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Stdui Pembangunan*. 19(1)
- Chen, J. 2019. Environmental Economics. *Investopedia*. 9(11): 198
- Clawson, M., dan Knetsch, J. L. 1966. Economics of outdoor recreation. Baltimore: Johns Hopkins Press. *Natural Resources Journal*. 8(13): 738
- Cohen, E. 1984. The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*. 10(1): 373-392
- Damanik, Januantin dan Weber, Helmut. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM.
- Djjiono. 2002. Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wisata Wan Abdul Rahman, Propinsi Lampung. *Makalah Pengantar Falsafah Sains*. Bogor: Institut Pertanian Bogor. Hal: 1-20
- Ermayanti, F. 2012. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park Dengan Metode Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Faizun, Moh. 2009. Dampak Perkembangan Kawasan Wisata Pantai Kartini Terhadap Masyarakat Setempat di Kabupaten Jepara. *Tesis*. Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Fauzi A. 2006. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan. Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Fauziah, Farah, Norimah. 2018. Measuring Recreational Value Using Travel Cost Method (TCM): A Number of Issues and Limitations. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 8(10), 1381–1396.
- Freeman, Robert J., dan Craig D. 2003. *Governmental and Nonprofit Accounting—Theory and Practice*. Seventh edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hampton, M.P., dan Jeyacheya, J. 2015. *Power, Ownership, and Tourism in Small Islands*. Evidence from Indonesia. University of Kent. United Kingdom: *World Development Journal*. 70(C), 481-495
- Hasibuan, B. 2014. Valuasi Ekonomi Lingkungan Nilai Gunaan Langsung dan Tidak Langsung Komoditas Ekonomi. *Universitas Sahid Jakarta*. 3(2)
- Karyono, H. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Gasindo.
- Kementerian Pariwisata RI. 2016. *Paparan Menteri Pariwisata RI Laporan Pencapaian 10 Destinasi Pariwisata Prioritas*. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.
- Khoirudin R., dan Khasanah U. 2018. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta Economic Valuation of Parangtritis Beach, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*. 18 (2 Januari 2018): 152–166
- L. Emerton (ed). 2005. Values and Rewards: Counting and Capturing Ecosystem Water Services for Sustainable Development. *Journal of Colombo*. 9(4): 154
- Luthfi, A. 1994. Penilaian ekonomi manfaat Lingkungan Taman Rekreasi: (studi kasus Kawasan Pantai Wisata Watu Ulo di Kabupaten Jember). *Disertasi*. Jakarta: Program Pascasarjana Universitas Indonesia.
- Made, D. 2004. Peranan Sektor Unggulan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Jawa Timur, Bali, dan NTB: Pendekatan Input-Output Multiregional. *Skripsi*. Denpasar: Fakultas Pertanian Universitas Warmadewa.
- Marpaung. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Mathew, Ramachandran, Afandi, M. 2019. Economic Valuation Using Travel Cost Method (TCM) in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi, Malaysia. *Journal of Tropical Forest Science*. 31(1): 78-89
- Mayasari, D. 2017. Dampak Pengembangan Fasilitas Wisata Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Bukit Sulap di Kota Lubuklinggau. *Skripsi*. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

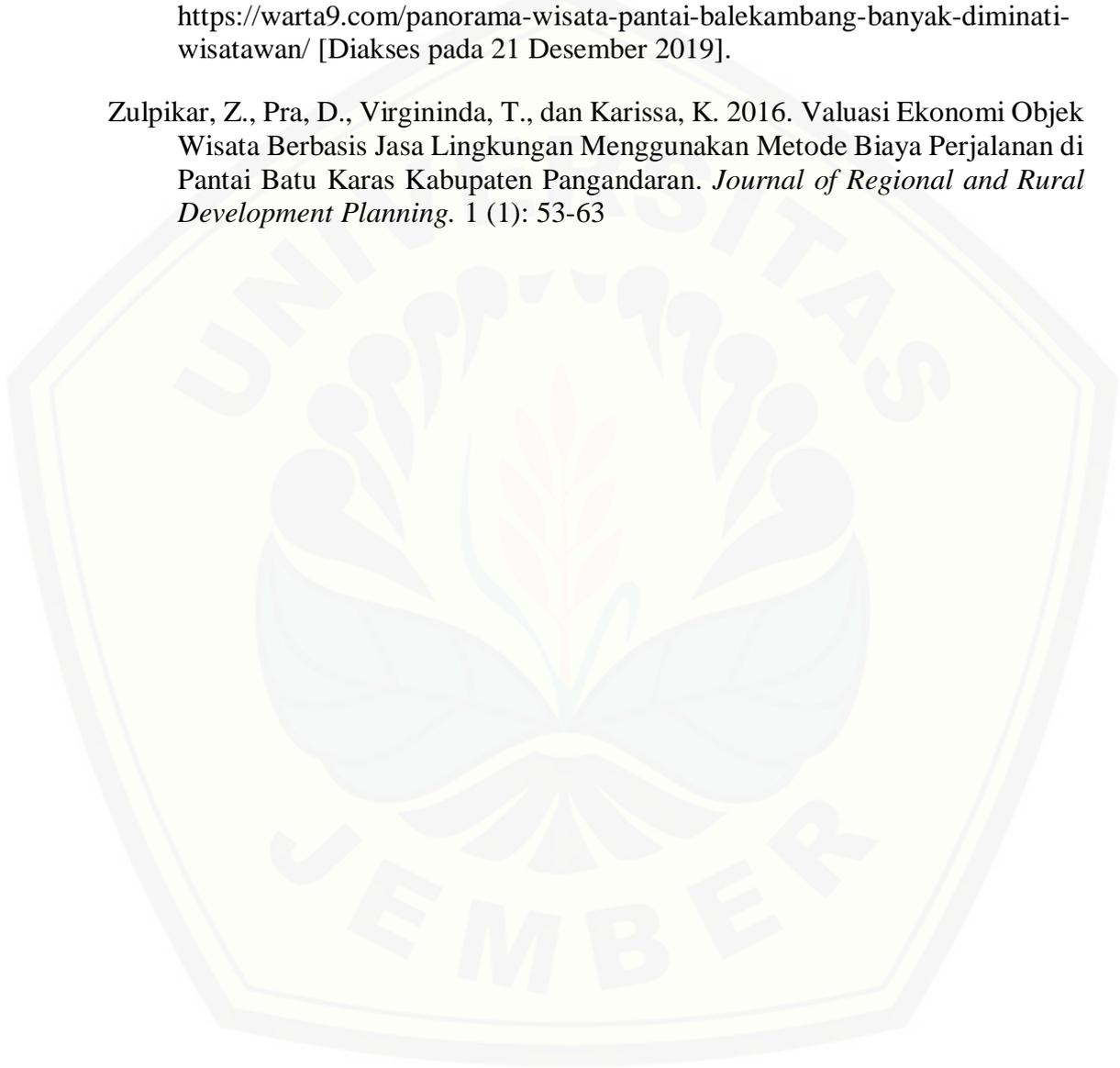
- Nana, D. 2018. Fasilitas Penunjang Wisata Pantai Malang Selatan Kurang, Ini Catatan Wabup Sanusi. <https://www.malangtimes.com/baca/fasilitas-penunjang-wisata-pantai-malang-selatan-kurang-ini-catatan-wabup-sanusi>. [Diakses pada 27 Oktober 2019]
- Nurfatriani, F. 2006. Konsep Nilai Ekonomi Total dan Metode Penilaian Sumberdaya Hutan. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*. 3(1): 2-3
- Nursanti, Amelia. 2012. Upaya Pelestarian Sumber Daya Alam Untuk Menciptakan Dunia yang Lestari. *Skripsi*. Fakultas MIPA, Universitas Gajah Mada.
- Perdana, D. 2019. Kawasan Ring 1 Jawa Timur Akan Menjadi Koridor Industri 4.0. <https://ekonomibisnis.suarasurabaya.net/news/2019/222984-Kawasan-Ring-1-Jawa-Timur-Akan-Menjadi-Koridor-Industri-4.0>. [Diakses pada 27 Oktober 2019]
- Pramudhito, A. 2010. Aplikasi Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) Pada Wisata Alam Studi Kasus: Air Terjun Jumog, Karanganyar. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Raisova, M., Durcova, J. 2014. Economic Growth-Supply and Demand Perspective. *Procedia Economics and Finance*. 15(14): 184 – 191
- Rosita. 2016. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*. 13(1).
- Safitri, W. 2017. Economic Valuation of Lakey Beach Green Tourism, Dompu Regency: Travel Cost Method. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Salma, I., dan Susilowati, I. 2004. Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Dinamika Pembangunan*. 1(2): 153 – 165
- Sukirno, S. 2002. *Teori Mikro Ekonomi*. Cetakan Keempat Belas. Jakarta: Rajawali Press.
- Syafii, I. 2017. Lewat Simbol Gurita Raksasa dan Kereta Kencana, Dinas Sosial Ingin Angkat Ini. *Malangtimes*. <https://www.malangtimes.com/baca/lewat-simbol-gurita-raksasa-dan-kereta-kencana-dinas-sosial-ingin-angkat-ini>. [Diakses pada 22 Desember 2019]
- Torres, O., Perez, R., Diaz, P., Manuel, J., Pina, F. 2018. Economic Valuation of Cultural Heritage: Application of Travel Cost Method to the National Museum and Research Center of Altamira. *Sustainability Journal*. 10(21)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990. *Kepariwisataan*. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997. *Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Jakarta.

Warta9. 2019. Panorama Wisata Pantai Balekambang Banyak Diminati Wisatawan. <https://warta9.com/panorama-wisata-pantai-balekambang-banyak-diminati-wisatawan/> [Diakses pada 21 Desember 2019].

Zulpikar, Z., Pra, D., Virgininda, T., dan Karissa, K. 2016. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran. *Journal of Regional and Rural Development Planning*. 1 (1): 53-63





**Lampiran 1. Kuesioner Penelitian untuk Wisatawan Objek Wisata Pantai Balekambang**



**KUESIONER PENELITIAN  
VALUASI EKONOMI WISATA PANTAI BALEKAMBANG  
KABUPATEN MALANG  
(PENDEKATAN TRAVEL COST METHOD)**

**A. Petunjuk Pengisian**

1. Daftar pertanyaan di bawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyelesaian studi.
2. Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan fakta yang ada.

**B. Identitas Responden**

Nama :

Asal :

**C. Karakteristik Responden**

1. Jumlah kunjungan : kali

*(Jumlah kunjungan wisatawan ke Wisata Pantai Balekambang selama 12 bulan terakhir)*

2. Biaya Perjalanan : rupiah

*(Biaya yang dikeluarkan wisatawan untuk menikmati Wisata Pantai Balekambang, meliputi biaya transportasi, tiket masuk, parkir, konsumsi)*

3. Tingkat Pendapatan : rupiah

*(Jumlah penghasilan bersih wisatawan selama satu bulan)*

4. Jarak : km

*(Jarak wisatawan dari rumah menuju Wisata Pantai Balekambang)*

**Lampiran 2. Data Primer Hasil Tebaran Kuesioner**

Tabulasi Data Penelitian

Frekuensi Kunjungan Wisatawan Pantai Balekambang

No.	Nama	Asal	Jenis Kelamin	Biaya Perjalanan	Pendapatan	Jarak	Visit
1	Suud	Kepanjen	Laki-laki	60000	2500000	30	3
2	Yazid	Kepanjen	Laki-laki	50000	3200000	30	4
3	Abdul	Kepanjen	Laki-laki	65000	3200000	30	3
4	Afrizal	Lawang	Laki-laki	210000	3000000	80	2
5	Anggit	Lawang	Laki-laki	200000	950000	80	1
6	Restu	Sukun	Laki-laki	250000	700000	60	1
7	Yessy	Sukun	Perempuan	240000	700000	60	1
8	Tony	Sukun	Laki-laki	75000	3000000	60	2
9	Nur	Sukun	Perempuan	80000	1000000	60	2
10	David	Sukun	Laki-laki	76000	1000000	60	2
11	Angel	Surabaya	Perempuan	155000	800000	150	1
12	Erwin	Surabaya	Laki-laki	150000	1100000	150	2
13	Tris	Surabaya	Laki-laki	200000	950000	150	1
14	Rika	Pandaan	Perempuan	250000	1200000	120	1
15	Asnafiah	Klojen	Perempuan	120000	2000000	60	2
16	Hidayat	Klojen	Laki-laki	120000	3500000	60	2
17	Sherin	Donomulyo	Perempuan	50000	3000000	15	4
18	Anggi	Donomulyo	Perempuan	50000	4500000	15	3
19	Rizal	Singosari	Laki-laki	200000	700000	80	1
20	Tatik	Singosari	Perempuan	200000	1500000	80	1
21	Fais	Gondanglegi	Laki-laki	55000	2500000	30	3
22	Ridwan	Surabaya	Laki-laki	150000	1800000	150	1
23	Lucky	Kepanjen	Laki-laki	60000	3500000	30	3
24	Hakim	Singosari	Laki-laki	200000	2100000	80	1
25	Afida	Pandaan	Perempuan	320000	2800000	120	1
26	Alvin	Malang	Laki-laki	250000	900000	60	1
27	Bachtiar	Malang	Laki-laki	250000	2500000	60	1
28	Wendi	Gondanglegi	Laki-laki	52000	6000000	15	3
29	Deni	Malang	Laki-laki	75000	1000000	60	2
30	Debora	Malang	Perempuan	75000	1000000	60	2
31	Friska	Sidoarjo	Perempuan	180000	1000000	140	1
32	Selly	Turen	Perempuan	52000	3000000	30	4
33	Siti Fadila	Bantur	Perempuan	50000	3000000	15	4
34	Rochmah	Purworedjo	Perempuan	200000	700000	80	1
35	Faridatul	Malang	Perempuan	75000	2000000	60	2
36	Laila	Lawang	Perempuan	200000	1500000	80	1
37	Sanjaya	Malang	Laki-laki	75000	3000000	60	2
38	Putra	Turen	Laki-laki	60000	2200000	30	3
39	Lathif	Singosari	Laki-laki	200000	700000	80	1
40	Lastri	Malang	Perempuan	120000	4500000	60	2
41	Sandre	Dampit	Laki-laki	50000	6000000	30	4
42	Cindy	Dampit	Perempuan	52000	3000000	30	3
43	Acenk	Surabaya	Laki-laki	250000	1500000	150	1

44	Lian	Blitar	Perempuan	200000	1800000	80	1
45	Darwin	Blitar	Laki-laki	200000	700000	80	1
46	Zulaikha	Malang	Perempuan	255000	6000000	60	1
47	Nia	Malang	Perempuan	250000	3000000	60	1
48	Putu	Pasuruan	Laki-laki	200000	3000000	120	1
49	Siska	Lowokwaru	Perempuan	74000	1000000	60	2
50	Wulan	Bantur	Perempuan	50000	3000000	15	4
51	Indah	Surabaya	Perempuan	170000	700000	150	1
52	Rizki	Surabaya	Laki-laki	150000	850000	150	1
53	Feny	Surabaya	Perempuan	250000	3000000	150	1
54	Agus	Malang	Laki-laki	75000	3000000	60	2
55	Meliana	Malang	Perempuan	100000	2000000	60	1
56	Yenita	Dampit	Perempuan	50000	2500000	30	3
57	Ayuni	Wonorejo	Perempuan	50000	4800000	15	3
58	Rianti	Kasin	Perempuan	75000	1000000	60	2
59	Nursidah	Turen	Perempuan	220000	700000	80	1
60	Mutar	Turen	Laki-laki	200000	3000000	80	2
61	Anindya	Singosari	Perempuan	100000	1500000	60	2
62	Yolanda	Surabaya	Perempuan	450000	4500000	150	1
63	Fachri	Dampit	Laki-laki	55000	2700000	30	4
64	Azni	Blitar	Perempuan	200000	3000000	80	1
65	Angga	Blitar	Laki-laki	230000	700000	80	1
66	Yuli	Malang	Perempuan	60000	1700000	60	2
67	Luis	Kepanjen	Laki-laki	50000	2800000	30	4
68	Budi	Sukun	Laki-laki	75000	3000000	60	2
69	Hidayat	Sukun	Laki-laki	75000	1000000	60	2
70	Nur	Sukun	Perempuan	80000	1000000	60	2
71	Fifi	Bangil	Perempuan	180000	800000	150	1
72	Fikri	Bangil	Laki-laki	200000	1500000	150	1
73	Mujianah	Malang	Perempuan	250000	2100000	60	1
74	Alvinata	Blitar	Perempuan	450000	5000000	80	1
75	Jarot	Blimbing	Laki-laki	100000	2000000	60	2
76	Samsul	Blimbing	Laki-laki	100000	5000000	60	2
77	Trisno	Donomulyo	Laki-laki	50000	4000000	15	3
78	Maya	Kesamben	Perempuan	65000	1500000	30	2
79	Rofik	Blitar	Laki-laki	200000	700000	80	1
80	Zidan	Blitar	Laki-laki	200000	800000	80	1
81	Ana	Bantur	Perempuan	55000	3000000	15	3
82	Kholis	Bantur	Laki-laki	50000	5000000	15	2
83	Rina	Sidoarjo	Perempuan	220000	1300000	120	1
84	Subekhi	Blitar	Laki-laki	380000	2300000	80	1
85	Afiq	Blitar	Laki-laki	200000	800000	80	1
86	Meisya	Gedangan	Perempuan	52000	2800000	15	4
87	Siska	Surabaya	Perempuan	250000	2500000	150	1
88	Yusa	Pagak	Laki-laki	40000	1800000	20	3
89	Rizky	Pagak	Laki-laki	40000	1750000	20	3
90	Doni	Pagak	Laki-laki	40000	1300000	20	4
91	Angel	Pagak	Perempuan	35000	800000	20	3
92	Rista	Pagak	Perempuan	40000	1500000	20	4
93	Susi	Blimbing	Perempuan	100000	900000	60	1

94	Fatmawati	Blimbing	Perempuan	100000	1500000	60	1
95	Firmansyah	Batu	Laki-laki	220000	850000	85	1
96	Ifa	Batu	Perempuan	300000	4500000	85	1
97	Dila	Batu	Perempuan	200000	5000000	85	1
98	Indah	Gresik	Perempuan	300000	5000000	150	1
99	Diva	Gresik	Perempuan	450000	6000000	150	1
100	Randy	Tulungagung	Laki-laki	250000	2500000	100	1



**Lampiran 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Dengan Eviews 9**

Dependent Variable: LNV  
 Method: Least Squares  
 Date: 02/09/20 Time: 18:28  
 Sample: 1 100  
 Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.875308	0.579653	8.410728	0.0000
LNTC	-0.517080	0.047608	-10.86131	0.0000
LNINC	0.157947	0.032656	4.836641	0.0000
LNDIS	-0.153315	0.051255	-2.991197	0.0035
R-squared	0.867170	Mean dependent var		0.490571
Adjusted R-squared	0.863019	S.D. dependent var		0.524062
S.E. of regression	0.193961	Akaike info criterion		-0.403144
Sum squared resid	3.611594	Schwarz criterion		-0.298937
Log likelihood	24.15719	Hannan-Quinn criter.		-0.360969
F-statistic	208.9086	Durbin-Watson stat		1.811055
Prob(F-statistic)	0.000000			

**Lampiran 4. Hasil Uji Multikolinearitas Dengan Eviews 9**

Variance Inflation Factors  
 Date: 02/09/20 Time: 18:30  
 Sample: 1 100  
 Included observations: 100

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.335998	893.1186	NA
LNTC	0.002266	826.9877	3.023827
LNINC	0.001066	593.2348	1.195129
LNDIS	0.002627	117.6205	3.341441

Dependent Variable: LNINC

Method: Least Squares

Date: 02/10/20 Time: 05:23

Sample: 1 100

Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	12.76366	1.252448	10.19097	0.0000
LNDIS	-0.604273	0.147078	-4.108511	0.0001
LNTC	0.353378	0.143607	2.460735	0.0156

R-squared	0.163270	Mean dependent var	14.45183
Adjusted R-squared	0.146018	S.D. dependent var	0.652585
S.E. of regression	0.603061	Akaike info criterion	1.855945
Sum squared resid	35.27725	Schwarz criterion	1.934100
Log likelihood	-89.79725	Hannan-Quinn criter.	1.887576
F-statistic	9.463772	Durbin-Watson stat	1.543155
Prob(F-statistic)	0.000176		

Dependent Variable: LNDIS

Method: Least Squares

Date: 02/10/20 Time: 05:22

Sample: 1 100

Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.256738	1.141158	-1.101284	0.2735
LNTC	0.756497	0.054720	13.82499	0.0000
LNINC	-0.245295	0.059704	-4.108511	0.0001

R-squared	0.700728	Mean dependent var	4.045372
Adjusted R-squared	0.694557	S.D. dependent var	0.695224
S.E. of regression	0.384228	Akaike info criterion	0.954381
Sum squared resid	14.32024	Schwarz criterion	1.032536
Log likelihood	-44.71904	Hannan-Quinn criter.	0.986012
F-statistic	113.5599	Durbin-Watson stat	1.422521
Prob(F-statistic)	0.000000		

Dependent Variable: LNNTC  
 Method: Least Squares  
 Date: 02/10/20 Time: 05:22  
 Sample: 1 100  
 Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.744590	1.090003	5.270250	0.0000
LNDIS	0.876866	0.063426	13.82499	0.0000
LNINC	0.166273	0.067570	2.460735	0.0156
R-squared	0.669293	Mean dependent var		11.69478
Adjusted R-squared	0.662475	S.D. dependent var		0.712031
S.E. of regression	0.413668	Akaike info criterion		1.102036
Sum squared resid	16.59877	Schwarz criterion		1.180191
Log likelihood	-52.10178	Hannan-Quinn criter.		1.133666
F-statistic	98.15560	Durbin-Watson stat		1.252893
Prob(F-statistic)	0.000000			

### Lampiran 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Eviews 9

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	1.230917	Prob. F(3,96)	0.3028
Obs*R-squared	3.704131	Prob. Chi-Square(3)	0.2952
Scaled explained SS	6.729087	Prob. Chi-Square(3)	0.0811

Test Equation:  
 Dependent Variable: RESID^2  
 Method: Least Squares  
 Date: 02/09/20 Time: 18:29  
 Sample: 1 100  
 Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	-0.113034	0.214635	-0.526632	0.5997
LNTC	-0.013346	0.017628	-0.757064	0.4509
LNINC	0.019269	0.012092	1.593503	0.1143
LNDIS	0.006614	0.018979	0.348507	0.7282
<hr/>				
R-squared	0.037041	Mean dependent var	0.036116	
Adjusted R-squared	0.006949	S.D. dependent var	0.072071	
S.E. of regression	0.071820	Akaike info criterion	-2.390128	
Sum squared resid	0.495180	Schwarz criterion	-2.285921	
Log likelihood	123.5064	Hannan-Quinn criter.	-2.347953	
F-statistic	1.230917	Durbin-Watson stat	2.005502	
Prob(F-statistic)	0.302779			



**Lampiran 6. Foto-Foto Objek Wisata Pantai Balekambang**







