

# FAKTOR-FAKTOR PERMINTAAN DAN KESEDIAAN MEMBAYAR WISATAWAN TERHADAP OBJEK WISATA BERDASARKAN TRAVEL COST METHOD

## *Abstract*

*This study aims to determine the factors that influence the number of domestic and foreign tourist visits and to measure the value of willingness to pay for the benefits of tourism objects in Banda Aceh by using the Travel Cost Method Approach. The type of data used is primary and secondary data. Primary data obtained by non-probability sampling, obtained as many as 30 domestic tourists and foreign tourists as many as 30 people, with the method of analysis of ordinary least square (OLS). Secondary data was obtained from the Central Statistics Agency, Tourism Office and other study literature. The results showed that for domestic tourists, the independent variables on travel costs, alternative costs, time costs, and income had significant effect on the number of domestic tourist visits with an  $R^2$  value of 0.690. In foreign tourists, the independent variables of travel costs, alternative costs, and income have a significant effect on the number of visits, while the cost of time has no effect on the value of  $R^2$  0.693. The average value of WTP of foreign tourists is greater than that of domestic tourists, namely domestic tourists with a WTP of 4,000,000 rupiahs while foreign tourists are 217,000,000 rupiah. Given the large contribution of tourism to the economic conditions in Indonesia, especially in Aceh, the government should maintain and pay attention to the conditions of tourism objects and improve tourism facilities so that tourists reach the maximum level of utility so that it will increase the value of PAPs.*

**Rosminiati**

*Magister Ilmu Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Syiah Kuala  
E-mail: roserosminiati@yahoo.com*

**Sofyan Syahnur**

*Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Syiah Kuala  
E-mail: kabari\_sofyan@yahoo.com*

**Abubakar Hamzah**

*Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Syiah Kuala*

**Keywords:**

*Willingness to Pay, Domestic Tourist,  
Foreign Tourist, Travel Cost Method*

## PENDAHULUAN

Sejak diberlakukannya UU No. 23 Tahun 2014 tentang Otonomi Daerah, setiap daerah diberikan kebebasan dan kewenangan untuk menentukan arah pembangunan ekonominya masing-masing. Untuk itu diperlukan kemampuan daerah dalam menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki sebagai sumber kegiatan perekonomian. Penentuan sektor basis dan unggulan diharapkan dapat berperan sebagai penggerak utama (*prime mover*) dalam pertumbuhan suatu wilayah. Karena setiap perubahan yang terjadi pada sektor basis akan menimbulkan efek ganda (*multiplier effect*) dalam perekonomian daerah.

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam peningkatan perekonomian daerah, serta meningkatkan pembangunan sektor-sektor lain secara bertahap. Keberhasilan pengembangan sektor pariwisata juga berarti akan meningkatkan pendapatan daerah, dimana kepariwisataan merupakan komponen utama.

Aceh telah dikenal memiliki keberagaman destinasi pariwisata dengan kekayaan wisata alam dan budaya yang apresiatif dan atraktif, khususnya Kota Banda Aceh. Kota Banda Aceh merupakan ibukota Provinsi Aceh sekaligus merupakan salah satu dari lima Kerajaan Islam terbesar di dunia yang menyimpan berbagai peninggalan sejarah dari berbagai masa, mulai dari masa Kesultanan, masa Kolonial Belanda, masa bergabung dalam bingkai NKRI, masa konflik hingga bencana gelombang tsunami, di mana bentuk dari peninggalan masa-masa itu semua dijadikan sebagai objek wisata.

**Tabel 1. Lokasi Objek Wisata di Kota Banda Aceh**

No.	Objek Wisata	Lokasi
1	Masjid Raya Baiturrahman	Pusat Kota Banda Aceh
2	Pinto Khop	Dekat Gunongan
3	Gunongan	Jl. Teuku Umar berhadapan dengan lokasi perkuburan serdadu Belanda ( <i>Kerkoff</i> )
4	Kapal Apung Lampulo	Gampong Lampulo Kecamatan Kuta Alam
5	Makam Sultan Iskandar Muda	Kapal Apung Lampulo
6	Gerbang Peutjoet Kerkoff	Jl. Teuku Umar berhadapan dengan Gunongan
7	Mesjid Baiturrahim	Ulee Lheu
8	Museum Tsunami	Depan Blang Padang
9	Museum Negeri Aceh	Jln. Sultan Alaidin Mahmud Syah
10	Pantai Cermin	Ulee Lheu
11	Makam Syiah Kuala	± 3 KM dari Banda Aceh
12	Monumen RI 001 Seulawah	± 250 meter dari pusat Kota Banda Aceh

*Sumber : Dinas Pariwisata Aceh, 2016*

Daya tarik wisata di Kota Banda Aceh meningkat setelah terjadinya bencana gelombang tsunami pada tahun 2004, baik wisatawan domestik maupun mancanegara terus datang menikmati destinasi wisata yang ada di Kota Banda Aceh. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Jumlah Wisatawan Domestik Dan Mancanegara di Kota Banda Aceh Tahun 2011 – 2014**

Tahun	Wisdom	Wisman	Jumlah
2010	140.000	3.869	143.869
2011	159.439	4.264	163.703
2012	172.648	3.582	176.230
2013	183.286	4.749	188.035
2014	224.939	11.103	236.042

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, 2014

Berdasarkan Tabel. 2, jumlah wisatawan yang datang ke Kota Banda Aceh mengalami peningkatan dari tahun 2010-2014 sebanyak 143.869 jiwa menjadi 236.042 jiwa. Peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2014 dengan jumlah wisatawan 236.042 jiwa baik pada wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Hal ini disebabkan karena peningkatan kualitas pelayanan pariwisata baik transportasi, akomodasi, lokasi dan juga kuliner Aceh.

Objek wisata merupakan barang publik di mana sifat utamanya adalah *non-rival* dan *non-eksklusif*. *Non-rival* berarti konsumsi atas barang tersebut oleh suatu individu tidak akan mengurangi jumlah barang yang tersedia untuk dikonsumsi dan *non-eksklusif* berarti semua orang berhak menikmati dan memanfaatkan barang tersebut. Penilaian ekonomi lingkungan terhadap barang publik atau barang non-pasar (*non-market valuation*) didasarkan dengan konsep *willingness to pay* (WTP). Penilaian dengan pendekatan WTP dilakukan dengan melihat preferensi masyarakat dalam menanggapi kualitas lingkungan yang terjadi di sekitar (Hussen dalam Adrianto, 2010).

Semakin besar pendapatan seseorang maka semakin besar pula permintaan terhadap barang rekreasi dan jasa lingkungan. Faktor yang mempengaruhi kebutuhan akan jasa lingkungan sebagai tempat berwisata antara lain: biaya perjalanan, jarak, waktu, tingkat pendidikan, persepsi pengunjung, karakteristik substitusi, fasilitas-fasilitas, pendapatan individu dan faktor lainnya.

Secara umum teknik penilaian ekonomi lingkungan yang tidak dapat dinilai dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, kelompok pertama adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit di mana *willingness to pay* terungkap melalui model yang dikembangkan (*revealed preference method*). Kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survei langsung secara di mana keinginan

membayar atau WTP diperoleh secara langsung dari responden (*expressed preference method*) (Fauzi, 2006). *Travel Cost Method* (TCM) adalah bagian *revealed preference method*.

Metode TCM memiliki keterbatasan-keterbatasan utama. Pertama, TCM dibangun berdasarkan asumsi bahwa setiap pengunjung hanya memiliki satu tujuan tempat wisata, jadi dalam hal ini aspek kunjungan ganda tidak bisa digunakan. Kedua, TCM tidak membedakan individu yang datang dari kalangan pelibur (*holiday makers*) dan juga pengunjung dari wilayah setempat (*resident*).

Ketiga, masalah pengukuran nilai dari waktu, variabel waktu memiliki nilai intrinsik tersendiri yang dinyatakan dalam bentuk biaya berkorban (Fauzi, 2006). Aplikasi TCM dapat digunakan untuk menilai wisata alam, seperti penelitian yang dilakukan oleh ortacesme, ozkan dan karaguzel (2001). Penilaian dengan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) merupakan penggunaan pasar pengganti untuk menganalisis permintaan terhadap objek wisata di Banda Aceh.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apa faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara terhadap objek wisata di Kota Banda Aceh.
2. Berapa Nilai WTP (*Willingness to Pay*) atau kesiapan membayar wisatawan domestik dan mancanegara terhadap manfaat objek wisata di Kota Banda Aceh berdasarkan *Travel Cost Method*.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara terhadap objek wisata di Kota Banda Aceh.
2. Mengetahui nilai WTP (*Willingness to Pay*) atau kesiapan membayar wisatawan domestik dan mancanegara terhadap objek wisata di Kota Banda Aceh berdasarkan *Travel Cost Method*.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Permintaan Pariwisata**

Mill dan Morrison (1985) menggambarkan pariwisata adalah suatu sistem yang terdiri atas komponen yang saling terkait satu sama lain. Ada empat komponen pariwisata, yaitu : perjalanan wisata, pasar wisata, tujuan wisata dan pemasaran wisata. Sedangkan Gunn (1994) menggambarkan

pariwisata adalah satu kesatuan system antara karakteristik wisatawan yang akan mempengaruhi kebutuhan dan motivasi dalam berwisata, tempat tujuan wisata yang direpresentasikan dalam atraksi dan jasa layanan wisata yang ditawarkan, pemasaran dan ketersediaan akses menuju tempat wisata.

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Sehingga semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (McEarchen, 2000).

Menurut Spillane (1989), jenis pariwisata diantaranya adalah :

1. *Pleasure tourism*, yaitu pariwisata untuk menikmati perjalanan. Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, mengendorkan ketegangan syarafnya, menikmati keindahan alam, menikmati cerita rakyat suatu daerah, serta menikmati hiburan dan sebagainya.
2. *Recreation tourism*, yaitu pariwisata untuk tujuan rekreasi. Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.
3. *Cultural tourism*, yaitu pariwisata untuk kebudayaan. Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.
4. *Sports tourism*, yaitu pariwisata untuk tujuan olahraga. Jenis pariwisata ini bertujuan untuk olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditunjukkan bagi mereka yang ingin mempraktekkannya sendiri.
5. *Business tourism*, yaitu pariwisata untuk urusan dagang besar. Dalam pariwisata jenis ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan dalam menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk memanjakan dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai objek wisata dan jenis pariwisata yang lain.
6. *Convention tourism*, yaitu pariwisata untuk konvensi. Banyak negara tertarik untuk menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang pariwisata jenis ini.

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut (McEarchen, 2000) adalah sebagai berikut :

- a. Pendapatan Kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan terhadap permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.
- b. Selera dan Preferensi Selera adalah determinan permintaan nonharga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.
- c. Harga Barang-barang Berkaitan Substitusi dan komplementer dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan.
- d. Perubahan Dugaan Tentang Harga Relatif di Masa Depan Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10% pertahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).
- e. Penduduk Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang.

### **Pengertian Objek Wisata**

Objek wisata adalah salah satu komponen yang penting dalam industri pariwisata dan salah satu alasan pengunjung melakukan perjalanan (*something to see*). Di luar negeri objek wisata disebut *tourist attraction* (atraksi wisata), sedangkan di Indonesia lebih dikenal dengan objek wisata. Menurut Yoeti (1996), suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik, harus mengembangkan tiga hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi, yakni:

- a. Adanya sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*),
- b. Adanya sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*),
- c. Adanya sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*),

Mengenai pengertian objek wisata, kita dapat melihat dari beberapa sumber antara lain:

- a. Peraturan Pemerintah No.24/1979.

Objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.

- b. Surat Keputusan Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.KM 98/PW:102/MPPT-87.

Obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Menurut Yoeti (1996), suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik, harus mengembangkan tiga hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi, yakni:

- a. Adanya sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), maksudnya adanya sesuatu yang menarik untuk dilihat, dalam hal ini obyek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai keunikan tersendiri). Disamping itu perlu juga mendapat perhatian terhadap atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai entertainment bila orang berkunjung nantinya.
- b. Adanya sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*), yaitu terdapat sesuatu yang menarik yang khas untuk dibeli dalam hal ini dijadikan cendramata untuk dibawa pulang ke tempat masing-masing sehingga harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja yang menyediakan souvenir maupun kerajinan tangan lainnya dan harus didukung pula oleh fasilitas lainnya seperti *money changer* dan bank.
- c. Adanya sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*), yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu yang bisa membuat orang yang berkunjung merasa betah di tempat tersebut.

Dari keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa suatu objek wisata yang baik dan menarik untuk dikunjungi harus mempunyai keindahan alam dan juga harus memiliki keunikan dan daya tarik dan juga didukung oleh fasilitas yang baik.

### **Pengertian Potensi dan Daya Tarik Wisata**

Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Dengan kata lain, potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (*tourist attraction*) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek aspek

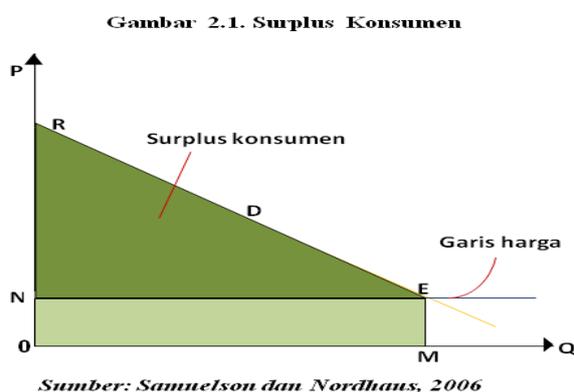
lainnya (Pendit, 2003). Daya tarik atau atraksi wisata menurut Yoeti (1996) adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

- a. Alam (*Nature*), seperti pemandangan alam, pegunungan, flora dan fauna.
- b. Budaya (*Culture*), seperti upacara keagamaan, upacara adat dan tarian tradisional.
- c. Buatan Manusia (*Man made*), seperti benda-benda sejarah, kebudayaan, religi dan adat.
- d. Manusia (*Human being*), seperti Suku Asmat di Irian Jaya dengan cara hidup mereka yang masih primitif dan memiliki keunikan tersendiri.

## Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*). Akar dari konsep penilaian ini sebenarnya berdasarkan pada ekonomi neoklasikal (*neoclassical economic theory*) yang menekankan pada kepuasan atau keperluan konsumen. Berdasarkan pemikiran neoklasikal ini dikemukakan bahwa penilaian setiap individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar (*willingness to pay = WTP*), dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut.

Gambar 2.1. menunjukkan surplus konsumen yang dicerminkan dalam kurva permintaan. Total nilai surplus konsumen ditunjukkan pada segitiga NRE yang merupakan ukuran kemauan membayar diatas pengeluaran untuk konsumsi (Samuelson dan Nordhaus, 2006).



Keterangan:

ONEM : Total utilitas atau kemampuan membayar konsumen

OREM : Biaya barang bagi konsumen

NRE : Total nilai surplus konsumen

## Konsep Menilai Sumber Daya Alam dan WTP

Nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Secara formal konsep ini disebut keinginan membayar (*Willingness to Pay*) seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Dengan menggunakan pengukuran ini maka nilai ekologis ekosistem bisa diterjemahkan ke dalam bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter barang dan jasa

Keinginan membayar juga dapat diukur dalam bentuk kenaikan pendapatan yang menyebabkan seseorang berada dalam posisi *indifferent* terhadap perubahan *eksogenous*. Perubahan eksogenous ini bisa terjadi karena perubahan harga, misalnya akibat sumber daya makin langka atau karena perubahan kualitas sumber daya. Dengan demikian konsep WTP ini terkait erat dengan konsep *Compensating Variation* dan *Equivalent Variation* dalam teori permintaan.

Jadi WTP dapat juga diartikan sebagai jumlah maksimal seseorang mau membayar untuk menghindari terjadinya penurunan terhadap sesuatu. Secara faktual, karena WTP terkait dengan pengukuran CV dan EV, maka WTP lebih tepat diukur berdasarkan permintaan Hicks yaitu kurva permintaan terkompensasi karena harga daerah di bawah kurva permintaan Hicks relevan untuk pengukuran kompensasi. Sedangkan daerah di bawah kurva permintaan Marshall atau kurva permintaan biasa mengukur perubahan surplus.

Haab dan McConnell (2002) menyatakan bahwa pengukuran WTP yang dapat diterima harus memenuhi syarat:

- a. WTP tidak memiliki batas bawah yang negative
- b. Batas atas WTP tidak boleh melebihi pendapatan
- c. Adanya konsistensi antara keacakan (*randomness*) pendugaan dan ke acakan perhitungannya.

Secara matematis  $0 \leq WTP \leq M$ .

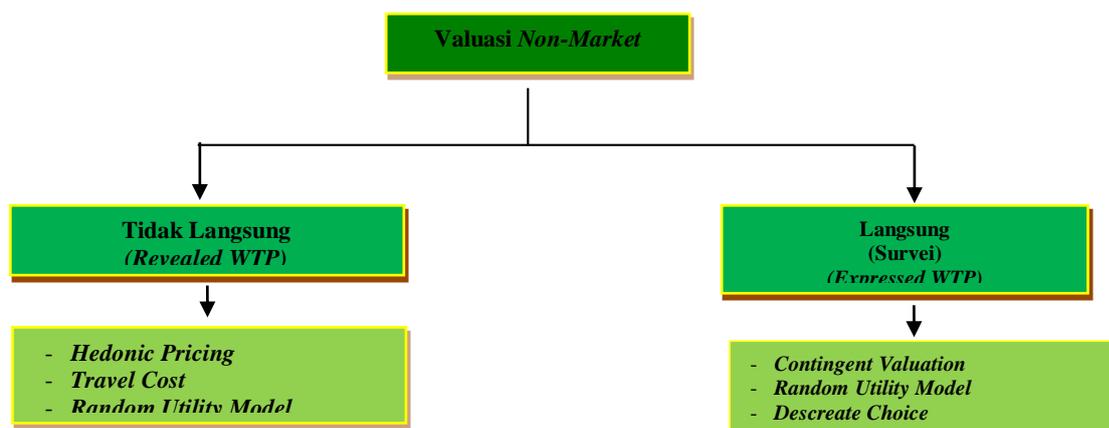
Pengukuran seberapa besar kemampuan membayar (*purchasing power*) masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa dari sumber daya. Kita juga bisa mengukur dari sisi lain, yaitu seberapa besar masyarakat harus diberi kompensasi atas hilangnya barang dan jasa dari sumber daya dan lingkungan.

Foster (1985) menyebutkan faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata antara lain sebagai berikut:

1. Profil wisatawan (*Tourist Profile*). Profil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu: (a) Karakteristik sosial ekonomi wisatawan (*Socio-economic characteristic*) yang meliputi umur, pendidikan dan tingkat pendapatan, (b) Karakteristik tingkah laku (*behavioral characteristic*) yang meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.
2. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (*travel awareness*) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.
3. Karakteristik perjalanan (*trip features*) yang meliputi jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya dan waktu perjalanan.
4. Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan (*resources and characteristic of destination*) yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas pelayanan, kondisi lingkungan, dan sebagainya.

Tingginya variasi dalam ukuran WTP, biasanya diperlukan sampel yang besar. *Standard error* (*error* statistik standar) dari WTP adalah  $WTP_{se} = \sigma/n$  atau deviasi standar dibagi akar sampel. Dengan demikian, kesalahan statistik dapat diperkecil dengan menambah jumlah sampel. Pertimbangan akan ukuran sampel penting karena dua hal. Pertama, keakuratan estimasi nilai sangat krusial bagi analisis kebijakan. Sebuah estimasi dengan rentang kesalahan yang besar kurang kredibel. Kedua, presisi statistik mempengaruhi kemampuan untuk mendeteksi perbedaan antara nilai-nilai estimasi yang selanjutnya akan menyulitkan proses validasi.

Secara umum teknik valuasi ekonomi sumber daya yang tidak dapat dipasarkan atau *non market valuation* dapat digolongkan dua kelompok. Kelompok pertama adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit dimana WTP terungkap melalui model yang dikembangkan.



Gambar. 1 Klasifikasi Valuasi Non Market

Teknik yang termasuk dalam kelompok tak langsung atau *revealed WTP* adalah *Travel Cost*, *Hedonic Pricing*, dan *Random Utility Model*. Kelompok metode ini memerlukan kajian lebih mendalam dan lebih terperinci setiap variabel yang terlibat haruslah jelas besaran setiap satuannya. Kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survei dimana keinginan membayar atau WTP diperoleh langsung dari responden, yang langsung diungkapkannya secara lisan maupun tertulis. Teknik dalam kelompok ini adalah *Contingent Valuation Method (CVM)* dan *Descrete Choice Method*.

### **Teori *Willingness To Pay (WTP)***

WTP adalah standar pengukuran dan manfaat ekonomi, secara lebih lanjut yaitu keinginan membayar individu atau masyarakat terhadap barang dan jasa yang secara tidak langsung dijual di pasar (Squires, 2013:185). Menurut Fauzi (2010) menjelaskan bahwa WTP itu berbeda dengan WTA (*Willingnes To Accept*). Selain itu konsep WTP dan WTA juga berbeda dalam hal kaitannya dengan kurva *demand* dan *supply*. Di mana konsep WTP memiliki hubungan terhadap kurva *demand*, sedangkan WTA memiliki hubungan dengan kurva *supply*.

### ***Travel Cost Method (TCM)***

Metode *Travel Cost Method (TCM)* ini kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*), seperti memancing, berburu, *hiking*, dan sebagainya. Metode ini dapat dikatakan sebagai metode yang tertua untuk pengukuran nilai ekonomi nilai ekonomi tidak langsung. Secara prinsip metode TCM mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi.

### **Kelemahan dan Kelebihan *Travel Cost Method***

Beberapa kelebihan dari metode *Travel Cost Method* adalah: (a) Metode biaya perjalanan dapat digunakan ekonom untuk memperkirakan nilai ekonomi berdasarkan harga pasar, (b) Metode ini didasarkan pada perilaku aktual berdasarkan nilai kemauan untuk membayar, (c) Metode ini relatif mudah diterapkan, (d) Pendekatan survei memberikan kesempatan pengunjung, pada ukuran sampel yang besar untuk berpartisipasi, (e) Hasil relatif mudah untuk ditafsirkan dan dijelaskan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh. Analisis penelitian ditekankan pada kesediaan membayar melalui *Individual Travel Cost Analysis* dalam menghitung nilai manfaat objek wisata di Kota Banda Aceh.

### Model Analisis

Penentuan fungsi permintaan untuk kunjungan ke objek wisata di Kota Banda Aceh yang menggunakan pendekatan *individual TCM* akan menggunakan teknik ekonometrik yaitu regresi sederhana (OLS). Secara sederhana fungsi permintaan tersebut ditulis sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, M_i) \dots\dots\dots (3. 1)$$

dimana:

$V_{ij}$  : Jumlah kunjungan individu  $i$  ke lokasi  $j$

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

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

$Q_{ij}$  : Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan di lokasi  $j$

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

$M_i$  : Pendapatan individu  $i$ .

Untuk menghitung nilai rata-rata WTP bagi wisatawan nusantara dan mancanegara maka digunakan rumus statistik yang lazim dipakai, yaitu:

$$MWTP = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n y_i \dots\dots\dots(3. 2)$$

MWTP :Nilai mean WTP

$y_i$  : Nilai WTP maksimum responden ke- $i$

$n$  : Jumlah responden

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Faktor-faktor yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Wisatawan

Frekuensi jumlah kunjungan wisatawan nusantara rata-rata adalah sebesar 5 kali. Dalam juta rupiah pendapatan maksimum responden sebesar 10,000 dan minimum sebesar 1,000. Biaya

perjalanan rata-rata adalah 0,392 dengan biaya perjalanan maksimum sebesar 1,500 sedangkan minimum 0,150. Biaya waktu berkaitan dengan lama inap dan pendapatan rumah tangga per hari responden rata-ratanya sebesar 0,927. Sedangkan nilai WTP memiliki rata-rata sebesar 4,000 dengan nilai maksimum sebesar 22,000 dan minimum 0,10.

Frekuensi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara rata-rata adalah sebanyak 2 kali. Dalam juta rupiah: pendapatan minimum sebesar 12,044 dan maksimum 130,851 dengan nilai rata-rata sebesar 61,573. Jumlah kunjungan yang lebih kecil tersebut dipengaruhi oleh biaya perjalanan bila dibandingkan dengan wisatawan nusantara. Biaya perjalanan rata-rata adalah sebesar 30,187 dengan biaya waktu rata-ratanya sebesar 16,932. Sedangkan biaya alternatif rata-ratanya sebesar 6,803. Untuk nilai WTP memiliki rata-rata sebesar 217,000.

**Tabel 4. Rekapitulasi Deskriptif Wisatawan Nusantara Kota Banda Aceh**

Nilai	Pendapatan (Juta rupiah)	Biaya Perjalanan (Juta rupiah)	Biaya Waktu (Juta rupiah)	Biaya Alternatif (Juta rupiah)	Jumlah Kunjungan (Kali)	WTP (Juta rupiah)
Max	10,000	1,500	3,650	0,600	15	22,000
Mean	2,823	0,392	0,927	0,067	5	4,000
Min	1,000	0,150	0,100	0,012	1	0,10

Sumber: Data Primer 2017(diolah)

**Tabel 4.4 Rekapitulasi Deskriptif Wisatawan Mancanegara Kota Banda Aceh**

Nilai	Pendapatan (Juta rupiah)	Biaya Perjalanan (Juta rupiah)	Biaya Waktu (Juta rupiah)	Biaya Alternatif (Juta rupiah)	Jumlah Kunjungan (Kali)	WTP (Juta rupiah)
Max	130,851	154,256	35,724	61,703	8	723,000
Mean	61,573	30,187	16,932	6,803	2	217,000
Min	12,044	0,200	2,625	0,016	1	181,000

Sumber: Data Primer 2017(diolah)

## Uji Asumsi Klasik

Kebutuhan atas uji asumsi klasik untuk melihat apakah terjadi penyimpangan dari asumsi model regresi linear berganda pada penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji asumsi klasik normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan outokorelasi. normalitas. Uji multikolinearitas ditunjukkan oleh nilai  $R^2 = 0,69$  dan nilai Sig. F Change  $0,000 < \alpha (0,05)$ , sehingga model regresi jumlah kunjungan wisatawan nusantara dipengaruhi oleh variabel-variabel pendapatan, biaya alternatif, biaya perjalanan, dan biaya waktu secara bersama-sama. Selanjutnya dari variabel-variabel pendapatan, biaya alternatif, biaya perjalanan dan biaya waktu menunjukkan nilai t statistik  $> t$  tabel dengan tingkat signifikansi sebesar  $< 0,05$  yang mengindikasikan bahwa model ini bebas dari gejala multikolinearitas.

**Tabel 5. Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda  
 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Banda Aceh**

Variabel	Koefisien	Std.Error	Thitung	Sign
Konstanta	3,688	1,107	3,332	0,003
Pendapatan	1,319	0,202	6,519	0,000
Biaya perjalanan	-5,070	2,793	-1,815	0,081
Biaya alternatif	-0,857	0,439	-1,739	0,422
Biaya waktu	5,997	7,349	0,816	0,094
R <sup>2</sup>	0,690			
Adj R <sup>2</sup>	0,640	N	30	
A	0,05	Ttabel	2,060	
DW	2,179	Fhitung	13,904	

*Sumber: Data Diolah (2017)*

Lalu untuk uji asumsi autokorelasi bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,719 maksudnya pada model ini tidak terdapat masalah autokorelasi. Pembuktiannya pada tabel DW, yaitu nilai dL = 1,04 dan dU = 1,77 dengan k sebanyak 4 variabel dan jumlah n sebesar 30 orang, maka nilai 4 - dU yaitu 4 - 1,73 = 2,27. Secara menyeluruh frekuensi jumlah kunjungan wisatawan nusantara dipengaruhi oleh variabel-variabel pendapatan, biaya alternatif, biaya perjalanan dan biaya waktu sebesar 69% yang ditunjukkan oleh nilai R<sup>2</sup> dan 1% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam model. Model regresinya adalah sebagai berikut:

$$Vns = 3,688 + 1,319 * M (\text{Pendapatan}) - 5,070 * C (\text{Biaya Perjalanan}) - 0,857 * S (\text{Biaya Alternatif}) + 5,997 * T (\text{Biaya Waktu})$$

Dari 4 variabel yang dimasukkan dalam model terdapat 3 variabel yang berpengaruh signifikan dan nyata pada frekuensi jumlah kunjungan wisatawan nusantara yaitu pendapatan, biaya alternatif, dan biaya perjalanan. Sedangkan variabel biaya waktu tidak signifikan secara parsial dalam model. Sebagai ilustrasi, misalkan setiap kenaikan 1 unit pendapatan maka jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Banda Aceh akan bertambah sebesar 1,319 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap, dan setiap kenaikan 1 unit biaya perjalanan maka jumlah kunjungan wisatawan akan berkurang sebesar 5,070 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap, lalu setiap kenaikan 1 unit biaya alternatif maka frekuensi kunjungan akan berkurang sebesar 0,857 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Sedangkan biaya waktu bila meningkat 1 unit maka wisatawan akan menambah frekuensi kunjungan sebesar 5,997 dengan asumsi faktor lain dianggap tetap. Nilai maksimum WTP adalah sebesar 22,000 sedangkan nilai minimumnya 0,10. Dengan demikian kurva permintaan wisatawan nusantara dengan

average jumlah kunjungan sebanyak 5 kali, melalui nilai model regresi yang telah didapatkan, maka fungsi permintaan wisatawan nusantara adalah sebagai berikut:

$$Vns = 3,688 - 5,070C$$

Uji multikolinearitas ditunjukkan oleh nilai  $R^2$  yaitu 0,693 dengan nilai *Sig. F Change*  $0,000 < \alpha$  (0,05), sehingga model regresi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dipengaruhi oleh variabel-variabel pendapatan, biaya alternatif, biaya perjalanan, dan biaya waktu secara bersama-sama. Sedangkan 38% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak termasuk dalam model.

Nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel dengan tingkat signifikansi  $< 0,05$  menunjukkan bahwa model ini bebas dari gejala multikolinearitas. Nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,852 (Tabel 5) menunjukkan pada model ini tidak terdapat masalah outokorelasi. Pembuktiannya adalah pada tabel DW, bahwa nilai  $dL = 1,04$  dan  $dU = 1,77$  dengan  $k$  sebanyak 4 variabel bebas dan  $n$  sejumlah 30 orang, maka nilai  $4 - dU$  yaitu  $4 - 1,77 = 2,23$ . Karena nilai DW yang didapatkan berada diantara nilai  $dU$  hingga  $(4 - dU)$ , maka benar bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 70% dipengaruhi oleh variabel-variabel biaya perjalanan, pendapatan, biaya waktu, dan biaya alternatif. Sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan pada model. Model regresinya sebagai berikut:

$$Vms = 0,461 + 0,044 * M (\text{Pendapatan}) - 0,490 * S (\text{Biaya Alternatif}) - 0,034 * T (\text{Biaya Waktu}) - 0,003C (\text{Biaya Perjalanan})$$

Dari variabel-variabel yang dimasukkan dalam model, maka pendapatan, biaya waktu dan biaya alternatif berpengaruh nyata pada frekuensi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Banda Aceh. Variabel biaya perjalanan tidak. Sebagai ilustrasi adalah setiap kenaikan 1 unit pendapatan maka jumlah kunjungan akan bertambah 0,044 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Lalu setiap kenaikan 1 unit biaya alternatif maka frekuensi kunjungan akan berkurang sebesar 0,490 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Sedangkan biaya waktu bila meningkat 1 unit maka akan mengurangi frekuensi kunjungan sebesar 0,034 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Dan setiap kenaikan 1 unit biaya perjalanan, maka akan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan sebesar 0,003.

**Tabel 5. Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara**

Variabel	Koefisien	Std.Error	Thitung	Sign
Konstanta	0,461	0,927	0,497	0,624
Pendapatan	0,044	0,008	5,196	0,000
Biaya perjalanan	-0,003	0,005	-0,512	0,613
Biaya alternatif	-0,054	0,020	-2,125	0,097
Biaya waktu	-0,034	0,026	-1,723	0,044
R <sup>2</sup>	0,693			
Adj R <sup>2</sup>	0,643	N	30	
α	0,05	Ttabel	2,060	
DW	1,852	Fhitung	1,852	

*Sumber: Data Diolah (2017)*

### **Kesiediaan Membayar Wisatawan Nusantara dan Mancanegara di Banda Aceh**

Kesiediaan membayar wisatawan nusantara adalah sebesar 100% dari total responden, terlihat pada gambar 4.2 Namun demikian, wisatawan tetap memiliki keluhan utama mengenai toilet 33,3% dan pengelolaan sampah 23,3%. Hal ini terlihat pada gambar 2. Jumlah wisatawan mancanegara yang bersedia membayar adalah sebesar 60%. Sedangkan sisanya tidak bersedia membayar lebih atau biaya perjalanan memang sepantasnya demikian, yaitu 40%, hal ini terlihat pada gambar 4.5. Dan keluhan wisatawan mancanegara di Banda Aceh adalah mengenai pengelolaan sampah sebesar 30%, lalu toilet 20%, dan ketersediaan air bersih 17%.

Perbandingan antara besaran WTP prediksi > WTP actual terlihat pada gambar 4.8, MWTP wisatawan mancanegara adalah sebesar 217 juta rupiah, didapat dari persamaan 3.6. Untuk nilai WTP maksimum sebesar 732 sedangkan nilai minimum adalah 181. Dan kurva permintaan kunjungan wisatawan mancanegara dengan rata-rata kunjungan 2 kali dapat dilihat pada gambar 4.6 dengan fungsi permintaan kunjungan wisatawan mancanegara, yaitu:

$$V_{ms} = 0,461 - 0,003C$$

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ketersediaan membayar lokasi objek wisata situs di Banda Aceh untuk wisatawan nusantara dipengaruhi oleh variabel-variabel pendapatan, biaya alternatif, dan biaya perjalanan. Sedangkan wisatawan mancanegara dipengaruhi oleh variabel-variabel pendapatan, biaya alternatif, biaya perjalanan dan biaya waktu secara nyata.
2. Biaya perjalanan berada di bawah nilai ketersediaan membayar wisatawan nusantara dan mancanegara yang berlokasi di Banda Aceh. Nilai MWTP wisatawan nusantara adalah sebesar 4 juta rupiah, sedangkan wisatawan mancanegara sebesar 217 juta rupiah.
3. Keluhan wisatawan nusantara dan mancanegara di lokasi objek wisata di Banda Aceh adalah mengenai pengelolaan sampah dan mengenai kebersihan toilet dan air bersih.

### Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut, maka saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Banda Aceh seharusnya lebih memperhatikan wilayah destinasi wisata yang ada dengan cara memperbaiki sistem pengelolaan kebersihan serta fasilitas tempat wisata agar tidak terjadi lagi berbagai keluhan dari wisatawan nusantara maupun mancanegara, sehingga kondisi demikian akan membuat para wisatawan untuk kembali lagi.
2. Ketersediaan membayar atas situs wisata yang lebih besar dari biaya perjalanan menunjukkan bahwa penghitungan valuasi *non market* dapat menjadi acuan perencanaan pembangunan berkelanjutan di Banda Aceh. Oleh karena itu, pengembangan penelitian ini sebaiknya dilakukan lebih lanjut, misalnya dengan menambah jumlah sampel dan variabel penelitian, serta melibatkan instansi terkait.
3. Perlu adanya upaya pengelolaan sampah yang lebih baik lagi dan keterlibatan seluruh pihak atas kebersihan lingkungan, sehingga jumlah kunjungan wisatawan dapat lebih meningkat lagi pada tahun selanjutnya dan agar terciptanya *sustainable development*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bateman, Ian, Georgina M, Carlo Fezzi, K. Turner, Atkinson G, Mace. 2011. Economic Analysis for Ecosystem Service Assessments. *Environ Resource Econ* 48:177- 218. Centre for Social and Economic Research on the Global Environment (CSERGE) UK NEA.
- Bateman, Ian. *Evaluation of The Environment a Survey of Revealed Preference Techniques*. CSERGE Working Paper GEC 93-06. School of Environmental Sciences, University of East Anglia and Associate Fellow, Centre for Social and Economic Research on the Global Environment (CSERGE), University of East Anglia, Norwich and University College London.
- Berita Resmi Statistik. 2013. *Aceh in Figure 2013*.
- Caulkins, P.P., Richard C. Bishop dan Nicholas W. Bowes, Sr. 1986. *The Travel Cost Model fo Lake recreation: A Comparison of Two Methods for Incorporating Site Quality and Substitution Effect*. Amer. J. Agr. Econ. Mei.
- Fauzi, Akhmad. 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan: Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Gujarati, Damodar. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Haab, Timonty, and K. E. McConnel. 2002. *Valuating and Natural Resources: The Econometric of Non Market Valuation*. Edward Elgar, USA.
- Hermawan, Wawan. 2012. *Valuasi Nilai Ekonomi Taman Nasional Bunaken: Aplikasi Travel Cost Method (TCM)*. Tesis. UNPAD. Bandung.
- Hufschmidt, M. M., et al. 1987. *Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan*. UGM Press. Yogyakarta
- Haab, Timonty, and K. E. McConnel. 2002. *Valuating and Natural Resources: The Econometric of Non Market Valuation*. Edward Elgar, USA.
- Samuelson, William A. dan William D. Nordhaus. 1998. *Ekonomi*. Erlangga. Jakarta
- . 2013. Situs Resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh. [www.budpar.sabangkota.org](http://www.budpar.sabangkota.org).