

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan modal dasar dalam pembangunan. Dengan keberagaman sumberdaya alam yang dimiliki Indonesia, seperti potensi alam, flora, fauna, dan keindahan alam yang bentuknya berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari daya tarik ini mendorong pemerintah untuk mendirikan industri pariwisata.

Permintaan suatu produk pada ekonomi mikro bergantung pada harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, selera dan sebagainya. (Pindyck dan Rubinfeld, 2003). Hal ini pun terjadi pada permintaan untuk pariwisata.

Seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat menyebabkan meningkatnya konsumsi barang dan jasa. Salah satunya adalah jasa perjalanan wisata yang ditawarkan oleh industri-industri pariwisata dewasa ini.

Perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 1982).

Menurut Yoeti (1982), dorongan orang untuk melakukan perjalanan timbul karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan

maupun kepentingan lain atau hanya sekedar ingin tahu, menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Selain itu munculnya berbagai kepentingan masyarakat dari waktu ke waktu seiring dengan meningkatnya pendapatan, arus modernisasi dan teknologi.

Adanya pariwisata maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat itu berada, akan mendapat pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya pendapatan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat. Tempat rekreasi tidak memiliki nilai pasar yang pasti, maka penilaian tempat rekreasi dilakukan dengan pendekatan biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Igunawaty, 2010).

Menurut Hufschmidt dan Dixon, (1987) konsep teori pendekatan biaya perjalanan menilai manfaat yang diperoleh konsumen dalam memanfaatkan barang lingkungan walaupun tempat rekreasi tidak memungut bayaran masuk atau tarif pemanfaatan. Konsumen datang dari berbagai daerah untuk menghabiskan waktu di tempat rekreasi tentu akan mengeluarkan biaya perjalanan ke tempat rekreasi tersebut. Disini pendekatan biaya perjalanan mulai berfungsi. Karena makin jauh tempat tinggal seseorang yang datang

memanfaatkan fasilitas tempat rekreasi maka makin kurang harapan pemanfaatan atau permintaan tempat rekreasi tersebut.

Secara prinsip metode biaya perjalanan ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Misalnya, untuk menyalurkan hobi memancing di pantai, seorang konsumen akan mengorbankan biaya untuk mendatangi tempat tersebut. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen ini, dapat dikaji berapa nilai (value) yang diberikan konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan. Asumsi mendasar yang digunakan pada pendekatan *Travel Cost Method* adalah bahwa utilitas dari setiap konsumen terhadap aktivitas, misalnya rekreasi, bersifat dapat dipisahkan (separable). Oleh karena itu, fungsi permintaan kegiatan rekreasi tersebut tidak dipengaruhi oleh permintaan kegiatan lainnya seperti menonton, berbelanja, dan lain-lain. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi.

Pantai Balekambang terletak di wilayah Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang. Pantai Balekambang berjarak sekitar \pm 56 km dari Kota Malang. Luas area Pantai Balekambang sekitar kurang lebih 10 Ha yang mana status kepemilikan tanahnya merupakan milik Perhutani. Dari luas area sekitar kurang lebih 10 Ha, Pantai Balekambang terdiri dari kawasan hutan lindung dan hutan produksi, penginapan, mushola, taman bermain, dan pantai. Sebelumnya, Pantai Balekambang dikelola oleh Desa Srigonco. Dan sejak tahun 1985 pengelolaan Pantai Balekambang dialihkan kepada Perusahaan daerah (PD) Jasa Yasa. Untuk Pembenahan demi pembenahan terus dilakukan seiring dengan berjalannya waktu. Pembenahan tersebut meliputi baik itu sarana

maupun prasarana penunjang dengan tetap memperhatikan aspek-aspek sosial, budaya, kelestarian alam dan lingkungan, serta keamanan dan keselamatan para wisatawan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai permintaan yang dikandung oleh obyek wisata Pantai Balekambang, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan di obyek wisata Pantai Balekambang serta mengukur nilai sumber daya alam dan lingkungan alam khususnya ukuran nilai ekonomi dari suatu obyek wisata alam, dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan (*travel cost method*) yang bertujuan untuk mengetahui nilai ekonomi suatu kawasan wisata alam. Penilaian individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar, dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut (Surplus Konsumen). Pemanfaatan sumber daya alam dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan pariwisata di suatu obyek wisata. Namun tidak serta merta pemanfaatan sumber daya alam yang bertujuan untuk pembangunan di kawasan obyek wisata dilakukan tanpa mengindahkan kelestarian sumber daya alam di suatu obyek wisata tertentu. Berdasar hal tersebut, maka perlu diketahui nilai ekonomi yang dikandung obyek wisata Pantai Balekambang serta surplus konsumen yang didapat oleh pengunjung Pantai Balekambang Kabupaten Malang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah biaya perjalanan kepantai Balekambang, biaya perjalanan ke tempat wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja,

- pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan wisata ke Pantai Balekambang, Kabupaten Malang?
2. Seberapa besar pengaruh biaya perjalanan kepantai Balekambang, biaya perjalanan ke tempat wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaanwisata Pantai Balekambang?
 3. Berapa nilai ekonomi yang diperoleh Pantai Balekambang dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual travel cost method*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh biaya perjalanan kePantai Balekambang, biaya perjalanan ke tempat wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang, Kabupaten Malang.
2. Besarnya pengaruh biaya perjalanan kePantai Balekambang, biaya perjalanan ke tempat wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang.
3. Nilai ekonomi pantai Balekambang sebagai objek wisata

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Masyarakat

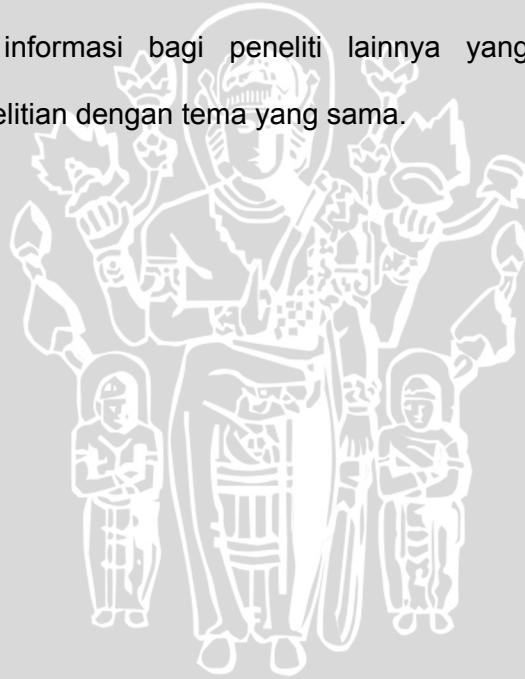
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi masyarakat mengenai pantai Balekambang..

2. Pemerintah

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah daerah setempat maupun pihak-pihak yangterkait dalam melakukan kebijakan pengembangan pariwisata.

3. Peneliti

Sebagai bahan informasi bagi peneliti lainnya yang berminat untuk mengadakan penelitian dengan tema yang sama.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Permintaan

Menurut Eachern (2000) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain diasumsikan tetap (Samuelson dan Nordhaus, 1998). Semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (Eachern, 2000).

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut Mc. Eachern (2000), adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

2. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukurandan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang

mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan. Selera seseorang dapat dipengaruhi oleh, misalnya umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin

3. Harga Barang-barang yang berkaitan

Substitusi dan komplementer. Dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika barang x dan y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang y turun maka harga x tetap, konsumen akan membeli barang x lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang x dan y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan harga barang y akan menurunkan permintaan barang x .

4. 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).

5. 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.

2.1.2. Definisi Pariwisata

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

Menurut UUNo. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek atau daya tarik wisata.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut.
4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa.

Yoeti (1982) mendefinisikan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata, menurut Spillane (1987) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik customer untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan

dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

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

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

2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahan.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural Tourism*)

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

4. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

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

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

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

6. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)

Wisatawan melakukan perjalanan wisata dengan macam-macam motivasi.

Variasi motivasi ini menimbulkan bentuk-bentuk pariwisata sebagai berikut

(Wahab 1980 *dalam* Yoeti,1982):

a. Pariwisata rekreasi atau pariwisata santai

Motif pariwisata ini adalah untuk memulihkan kemampuan fisik dan mental setiap peserta wisata dan memberikan kesempatan santai bagi mereka dari kebosanan dan keletihan kerja selama di tempat rekreasi.

b. Pariwisata budaya

Motif pariwisata ini adalah untuk memperkaya informasi pengetahuan tentang suatu daerah atau Negara lain dan untuk memuaskan kebutuhan hiburan. Dalam hal ini termasuk pula kunjungan ke pameran-pameran dan festival, perayaan-perayaan adat, tempat-tempat cagar budaya dan lain-lain.

c. Pariwisata pulih sehat

Motif pariwisata ini adalah untuk memuaskan kebutuhan perawatan medis di daerah / tempat lain dengan fasilitas penyembuhan. Misalnya sumber air panas, tempat-tempat kubangan lumpur yang berkasiat dan lain-lain. Pariwisata ini memerlukan persyaratan-persyaratan tertentu seperti kebersihan, ketenangan, dan taraf hidup yang pantas.

d. Pariwisata olah raga

Motif pariwisata ini adalah untuk memuaskan hobi orang-orang seperti memancing, berburu, bermain sky dan mendaki gunung.

e. Pariwisata temu wicara

Pariwisata ini disebut juga pariwisata konvensi yang mencakup pertemuan-pertemuan ilmiah, pertemuan bisnis, dan bahkan pertemuan politik. Pariwisata ini memerlukan fasilitas pertemuan di Negara tujuan dan faktor-faktor lain yang penting seperti letak strategis, tersedianya transportasi yang mudah, iklim yang cerah dan sebagainya. Seorang yang berperan serta dalam konferensi itu akan meminta fasilitas wisata yang lain misalnya tour dalam dan luar kota, tempat-tempat membeli cinderamata, dan obyek-obyek wisata yang lain.

2.1.3. Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja (Mulyana, 2009).

Menurut Mulyana, (2009) terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain:

1. Permintaan aktual atau efektif
2. Suppressed demand (permintaan yang ditunda)
3. Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, maka permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau diidentifikasi secara jelas.

Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisa, karena belum terealisasi transaksinya.

2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata menurut Ariyanto (2005), antara lain:

1. Harga

Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata maka akan memberikan imbas / timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian / calon wisata, sehingga permintaan wisatapun akan berkurang begitupula sebaliknya.

2. Pendapatan

Apabila pendapatan suatu negara tinggi maka kecendrungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi mereka membuat sebuah usaha pada daerah tujuan wisata (DTW) jika dianggap menguntungkan. Hal ini juga berlaku bagi individu. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

3. Sosial budaya

Dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau dengan kata lain berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.

4. Sosial politik (sospol)

Dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan daerah tujuan wisata (DTW) dalam situasi aman dan tenteram, tetapi apabila hal tersebut

berseberangan dengan kenyataan, maka Sospol akan sangat terasa pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.

5. Intensitas keluarga

Banyak / sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisatahal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

6. Harga barang substitusi

Harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, dimana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti daerah tujuan wisata (DTW) yang dijadikan cadangan dalam berwisata seperti : Bali sebagai tujuan wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal Bali tidak dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat daerah tujuan wisata (DTW) sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya kedaerah terdekat seperti Malaysia (Kuala Lumpur dan Singapura).

7. Harga barang komplementer

Merupakan sebuah barang yang saling membantu atau dengan kata lain barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi, dimana apabila dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai obyek wisata yang saling melengkapi dengan Obyek Wisata lainnya.

Dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang menentukan wisatawan untuk membeli atau mengunjungi, ada lima faktor yang menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi yaitu (Ariyanto, 2005) :

1. Lokasi
2. Fasilitas

3. Citra / *image*
4. Harga / tarif
5. Pelayanan

Sedangkan menurut Pitana (2005), melihat bahwa faktor penting yang menentukan permintaan pariwisata berasal dari komponen daerah asal wisatawan, antara lain :

1. Jumlah penduduk (*population size*)
2. Kemampuan finansial masyarakat (*financial means*)
3. Waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*)
4. Sistem transportasi
5. Sistem pemasaran pariwisata yang ada.

Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian yaitu perorangan (individu), usaha kecil menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah (Sinclair and Stabler, 1997).

2.2. Pendekatan Permintaan Pariwisata

Menurut Ariyanto (2005), ada tiga pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan permintaan pariwisata, antara lain

1. Pendekatan ekonomi

Pendapat para ekonom mengatakan dimana permintaan pariwisata menggunakan pendekatan elastisitas permintaan / pendapatan dalam menggambarkan hubungan antara permintaan dengan tingkat harga atau permintaan dengan variabel lainnya.

2. Pendekatan geografi

Para ahli geografi berpendapat bahwa untuk menafsirkan permintaan harus berpikir lebih luas dari sekedar penaruh harga, sebagai penentu

permintaan karena termasuk yang telah melakukan perjalanan maupun yang karena suatu hal belum mampu melakukan wisata karena suatu alasan tertentu.

3. Pendekatan psikologi

Para ahli psikologi berpikir lebih dalam melihat permintaan pariwisata, termasuk interaksi antara kepribadian calon wisatawan, lingkungan dan dorongan dari dalam jiwanya untuk melakukan kepariwisataan.

2.3. Valuasi Ekonomi dan Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

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*).

Valuasi ekonomi penggunaan sumber daya alam hingga saat ini telah berkembang pesat. Di dalam konteks ilmu ekonomi sumber daya dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan sudah cukup banyak berkembang. Menurut Hufschmidt, dalam Djijono, (2000) secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei.

1. Pendekatan Orientasi Pasar

- a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar actual barang jasa :
 - i. Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
 - ii. Metode kehilangan pendapatan (*loss or earning method*)

- b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:
 - i. Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - ii. Biaya penggantian (*replacement cost methods*)
 - iii. Proyek bayangan (*shadow project methods*)
 - iv. Analisa keefektifan biaya
 - c. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*):
 - i. Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - ii. Pendekatan nilai kepemilikan
 - iii. Pendekatan lain terhadap nilai tanah
 - iv. Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - v. Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*)
 - vi. Penerimaan kompensasi
2. Pendekatan Orientasi Survei
- a. Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*)
 - b. Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept*)

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah dengan menghitung Nilai Ekonomi Total (NET). Nilai ekonomi total adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sumber daya alam baik nilai guna maupun nilai fungsionalnya. Nilai Ekonomi Total (NET) dapat ditulis dalam persamaan matematik sebagai berikut:

$$\text{TEV} = \text{DUV} + (\text{IUV} + \text{OV}) + (\text{XB} + \text{VB}) \dots \dots \dots (2.1)$$

Keterangan:

TEV : *total economic value* (nilai ekonomi total)

DUV : *direct use value* (nilai manfaat langsung)

IUV : *indirect use value* (nilai manfaat tidak langsung)

OV : *option value* (nilai pilihan)

XB : *existence value* (nilai keberadaan)

VB : *bequest value* (nilai warisan) (anonym, 2005)

(Djjiono, 2002)

Total Economic Value (TEV) pada dasarnya sama dengan net benefit yang diperoleh dari sumber daya alam, namun di dalam konsep ini nilai yang dikonsumsi oleh seorang individu dapat dikategorikan ke dalam dua komponen utama yaitu *use value* dan *non-use value* (Susilowati, 2004).

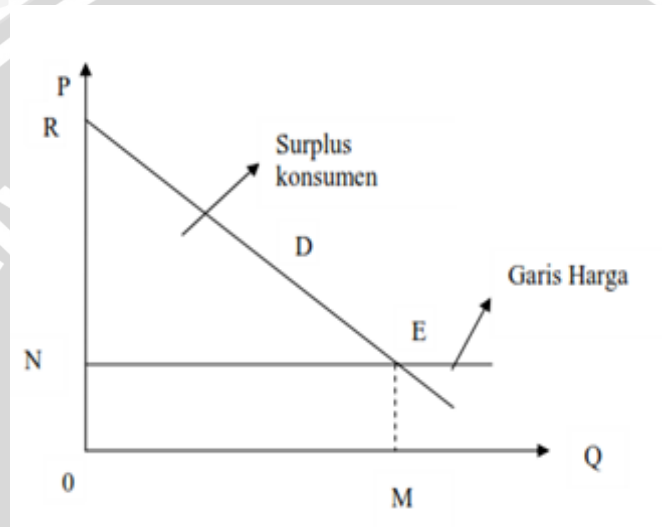
Komponen utama, yaitu *use value* pada dasarnya diartikan sebagai nilai yang diperoleh seorang individu atas pemanfaatan langsung dari sumber daya alam dimana individu berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan lingkungan. *Use value* secara lebih rinci diklasifikasikan kembali ke dalam *direct use value* dan *indirect value*. *Direct use value* merujuk pada kegunaan langsung dari konsumsi sumber daya seperti penangkapan ikan, pertanian. Sementara *indirect use value* merujuk pada nilai yang dirasakan secara tidak langsung kepada masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Termasuk di dalam kategori *indirect use value* ini misalnya fungsi pencegahan banjir dan *nursery ground* dari suatu ekosistem (misalnya mangrove).

Komponen kedua, *non-use value* adalah nilai yang diberikan kepada sumber daya alam atas keberadaannya meskipun tidak dikonsumsi secara langsung. *Non-use value* lebih bersifat sulit diukur (*less tangible*) karena lebih didasarkan pada preferensi terhadap lingkungan dari pada pemanfaatan langsung. Secara detail kategori *non-use value* ini dibagi ke dalam *sub-class* yaitu *existence value*, *Bequest value* dan *option value*. *Existence value* pada dasarnya adalah penilaian yang diberikan dengan terpeliharanya sumber daya alam dan lingkungan. *Bequest value* diartikan sebagai nilai yang diberikan oleh generasi kini dengan menyediakan atau mewariskan (*bequest*) sumber daya untuk generasi mendatang (mereka yang belum lahir). Sementara *option value* lebih diartikan sebagai nilai pemeliharaan sumber daya sehingga pilihan untuk memanfaatkan untuk masa yang akan datang tersedia. Nilai ini merujuk pada nilai barang dan jasa dari sumber daya alam yang mungkin timbul sehubungan dengan ketidakpastian permintaan di masa yang akan datang. Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar.

Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab munculnya surplus konsumen karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama (Samuelson dan Nordhaus, 1990). Pada pasar yang berfungsi dengan baik, harga pasar mencerminkan nilai marginal, seperti unit terakhir produk yang diperdagangkan merefleksikan nilai dari unit produk yang diperdagangkan (Dijiono, 2002). Secara sederhana surplus konsumen dapat

diukur sebagai bidang yang terletak diantara kurva permintaan dan garis harga (Samuelson dan Nordhaus, 1990).

Gambar 1
Konsumsi Pariwisata



Total surplus konsumen adalah bidang dibawah kurva permintaan dan diatas garis harga

Sumber: Djijono, (2002)

Keterangan:

OREM = Total utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total nilai surplus konsumen

Konsumen mengkonsumsi sejumlah barang M, dengan kemauan membayar sebesar harga yang dicerminkan oleh manfaat marginal pada tingkat konsumsi tersebut. Dengan melihat perbedaan dalam jumlah yang dikonsumsi, kemauan seseorang membayar berdasarkan fungsi manfaat marginal dapat

ditentukan. Hasilnya adalah kurva permintaan individu untuk Q (Gambar 2.7.). Kurva permintaan tersebut dikenal dengan nama kurva permintaan Marshal (Djijono, 2002). Digunakannya kurva permintaan Marshal, karena kurva permintaan tersebut dapat diestimasi langsung dan dapat mengukur kesejahteraan konsumen melalui surplus konsumen, sedangkan kurva permintaan Hicks mengukur kesejahteraan konsumen melalui kompensasi pendapatan (Djijono, 2002).

Penilaian dengan metode biaya perjalanan (*travel cost*) merupakan penggunaan pasar pengganti untuk menganalisis permintaan terhadap daerah rekreasi. Metode ini akan mengkaji jumlah uang yang akan dibayar dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi. Jumlah uang tersebut mencakup biaya transportasi, akomodasi, konsumsi, dokumentasi, tiket masuk dan lain-lain yang relevan. Biaya perjalanan (*travel cost*) direpresentasi sebagai nilai atau harga barang lingkungan tersebut, namun selain biaya perjalanan nilai suatu tempat wisata juga menggunakan variabel, biaya perjalanan ke lokasi alternatif, pendapatan rumah tangga, dan variabel tingkah laku (Sahlan, 2008).

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan

sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut akan menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan efektifnya yang disertai dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000).

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000).

Untuk menilai ekonomi dengan pendekatan biaya perjalanan ada dua teknik yang dapat digunakan yaitu:

1. Pendekatan sederhana melalui zonasi
2. Pendekatan individual

Melalui metode biaya perjalanan dengan pendekatan zonasi, pengunjung dibagi dalam beberapa zona kunjungan berdasarkan tempat tinggal atau asal pengunjung, dan jumlah kunjungan tiap minggu dalam penduduk di setiap zona dibagi dengan jumlah pengunjung pertahun untuk memperoleh data jumlah kunjungan per seribu penduduk dan penelitiannya dengan menggunakan data sekunder. Sedangkan metode biaya perjalanan dengan pendekatan individual, metode biaya perjalanan dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui survey. Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i) \dots \dots \dots (2.2)$$

Dimana:

- V_{ij} : Jumlah kunjungan oleh individu I ke j
- C_{ij} : biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu I untuk Mengunjungi lokasi j
- T_{ij} : biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j
- Q_{ij} : persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi
- S_{ij} : karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain
- F_{ij} : Faktor fasilitas-fasilitas di daerah j
- M_i : Pendapatan dari individu I

(Igunawaty,2010)



Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) untuk menghitung atau mengestimasi nilai ekonomi wisata pantai Balekambang.. Pada dasarnya semua metode dapat digunakan untuk menghitung nilai ekonomi suatu kawasan. Seseorang yang melakukan kegiatan wisata atau rekreasi pasti melakukan mobilitas atau perjalanan dari rumah menuju obyek wisata, dan dalam melaksanakan kegiatan tersebut pelaku memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi, sehingga biaya perjalanan (*travel cost*) dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Arief Budi Purwanto (1998) dengan judul *Valuasi Ekonomi Wana Wisata Taman Hutan Raya Juanda dengan Menggunakan Pendekatan "Travel Cost Method"* bertujuan untuk menghitung permintaan pengunjung terhadap manfaat rekreasi Taman Hutan Raya Juanda. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan 3 variabel utama yaitu jumlah kunjungan, biaya perjalanan dan rata-rata pendapatan per kapita. Dari penelitian tersebut diperoleh indikasi bahwa pada tingkat harga karcis Rp 700,00 maka diperoleh penerimaan sebesar Rp 22.910.700,00. penerimaan akan mencapai optimum pada harga karcis sebesar Rp 6.000,00 yakni sebesar Rp 206.963.800,00. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,4044 artinya bahwa 40,44 persen variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 59,56 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Djijono (2002) dengan judul *Valuasi Ekonomi Menggunakan Travel Cost Method Hutan di Taman Wan Abdul Rachman*

Propinsi Lampung bertujuan untuk menghitung nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung dalam mengunjungi Taman Wan Abdul Rachman. Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor sosial ekonomi yang berpengaruh terhadap permintaan produk dari jasa lingkungan wisata alam hutan raya menggunakan regresi linier berganda, sedangkan nilai ekonomi rekreasi diduga dengan menggunakan metode biaya perjalanan wisata (*travel cost method*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan per 1000 penduduk (orang), sedangkan variabel bebas meliputi biaya perjalanan (transportasi, konsumsi, karcis, dan lain-lain), biaya transportasi (Rp), pendapatan/uang saku per bulan (Rp), jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung (orang), pendidikan (tahun), waktu kerja per minggu (jam) dan waktu luang per minggu (jam). Dari hasil regresi diketahui bahwa yang berpengaruh pada jumlah kunjungan secara signifikan adalah biaya perjalanan, jumlah penduduk, pendidikan dan waktu kerja. Sedangkan dari hasil penghitungan yang menggunakan *travel cost method* diperoleh rata-rata nilai kesediaan berkorban pengunjung sebesar Rp.11.517 per kunjungan, nilai yang dikorbankan sebesar Rp.7.298 per kunjungan dan surplus konsumen yang diperoleh pengunjung Rp.4.219 per kunjungan.

Dalam penelitian terdahulu oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004) yang meneliti tentang Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan pendekatan *travel cost*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh dari pengunjung wisata alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*). Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen yaitu variabel

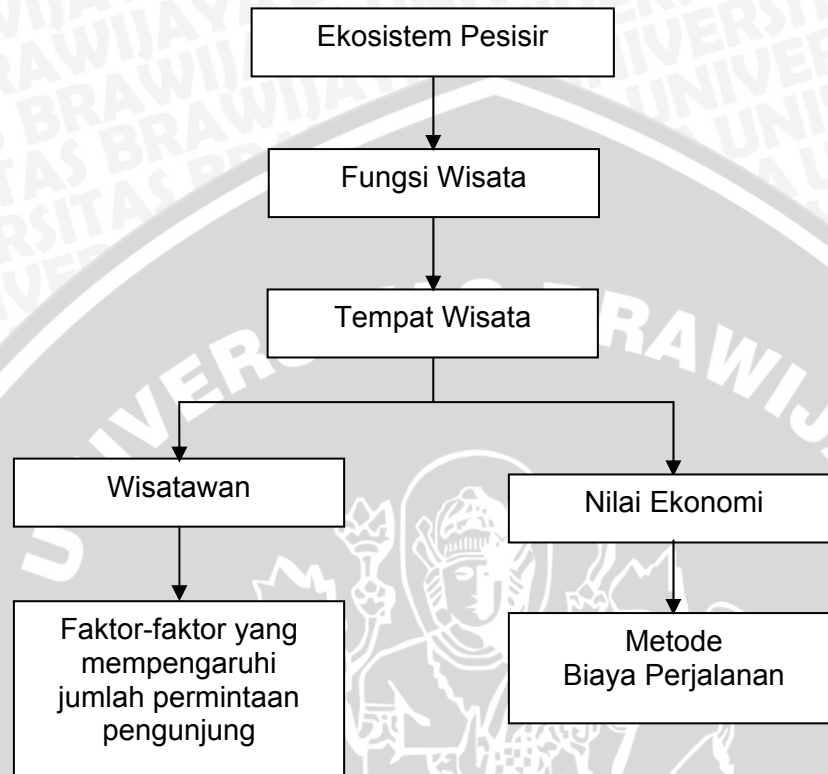
travel cost ke Curug Sewu (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya parkir, biaya dokumentasi, dan biaya lain-lain) (Rp), variabel biaya ke obyek wisata lain (Rp), variabel umur (tahun), variabel pendidikan (tahun), variabel pendapatan (Rp) dan variabel jarak (km). Dari penelitian tersebut diperoleh nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen yang diperoleh sebesar Rp. 896.734,9 per individu per tahun atau Rp.224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung total nilai ekonomi wisata alam Curug Sewu sebesar 12.377.025.750,00 dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel *travel cost* ke Curug Sewu dan variabel jarak, sedangkan variabel-variabel independen yang lain tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan obyek wisata alam Curug Sewu Kendal.

Penelitian yang dilakukan oleh Sahlan (2008) dengan judul Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan *Travel cost* bertujuan untuk melakukan valuasi ekonomi guna menilai manfaat yang dihasilkan oleh kawasan Wisata alam Otak Kokok Gading. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan tujuh variabel utaman yaitu variabel jumlah kunjungan (Y), biaya perjalanan (X1), biaya waktu (X2), persepsi responden (X3), karakteristik substitusi (X4), fasilitas-fasilitas (X5) dan pendapatan individu (X6). Dari penelitian tersebut diperoleh nilai ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading yaitu nilai surplus konsumen yaitu sebesar Rp 491.686.957,7 per tahun per 1.000 penduduk. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa dari enam variabel yang digunakan hanya dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel karakteristik substitusi dan pendapatan individu. Sedangkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai pengaruh yang nyata

terhadap variabel terikat (jumlah kunjungan). Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,247 artinya bahwa 24,7 persen variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 75,3 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

2.5. Kerangka Pemikiran

Ekosistem pesisir dalam hal ini yaitu pantai balekambang, memiliki beberapa fungsi. Dari beberapa fungsi yang dimiliki oleh ekosistem pesisir dalam penelitian ini hanya fokus pada satu buah fungsi yaitu ekosistem pesisir sebagai tempat wisata dimana nantinya akan dihitung nilai ekonomi ekosistem pesisir tersebut sebagai tempat wisata. Ekosistem pesisir sebagai tempat wisata pastilah akan dikunjungi oleh wisatawan, baik lokal maupun wisatawan asing. Semakin tinggi tingkat kunjungan maka semakin besar pula nilai ekonomi yang dihasilkan oleh tempat wisata tersebut. Oleh karena itu perlu dianalisa faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan pengunjung ke tempat wisata tersebut, dalam hal ini pantai balekambang. Sedangkan untuk mengetahui besarnya nilai ekonomi pantai balekambang menggunakan pendekatan metode biaya perjalanan Seperti dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 2
Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan uraian dan perumusan masalah di atas, penelitian ini memfokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan pengunjung dan nilai ekonomi total objek wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di obyek wisata Pantai Balekambang, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur pada tanggal 10,17 dan 24 Juni 2012

3.2. Metode Pengambilan Data

Dalam penelitian ini metode pengambilan data yang digunakan adalah dengan cara:

1. Studi kepustakaan yaitu merupakan satu cara untuk memperoleh data dengan cara membaca literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.
2. Metode dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti dari hasil publikasi lembaga-lembaga atau instansi pemerintah, organisasi lainnya, seperti Dinas Pariwisata, BPS, Pihak Pengelola dan lainnya.
3. Wawancara, yaitu cara pengumpulan data dengan mewawancarai langsung responden yang akan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan bantuan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden (Nasution, 1987).

3.3. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008). Menurut Widayat dan Amirullah (2002), kuisisioner adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.. *Quisissionare* adalah alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden (Nasution, 1987).

2. Dokumentasi

Menurut Arikunto (1998), dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan khusus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya (Hasan, 2002).

3. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu sumber informasi studi kasus yang sangat penting. Wawancara adalah tanya-jawab dengan seseorang untuk mendapatkan keterangan atau pendapatnya tentang suatu hal atau masalah. Orang yang mewawancarai dinamakan pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai disebut juga responden. seperti percakapan biasa, wawancara adalah pertukaran informasi, opini, atau pengalaman dari satu

orang ke orang lain. Dalam sebuah percakapan, pengendalian terhadap alur diskusi itu bolak-balik beralih dari satu orang ke orang lain (Arismunandar, 2006).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2008).

4. Observasi

Menurut Patilima (2005), observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan penelitian turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuisioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2008).

3.4. Prosedur Pengumpulan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pantai Balekambang yang melakukan wisata di tempat tersebut dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Metode sampling yang digunakan adalah *quoted accidental sampling*. Teknik ini dikenakan pada individu secara kebetulan dijumpai atau yang dapat dijumpai yang diteliti (Zaenal, 2006).

3.4.2. Sampel

Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil adalah dengan menggunakan rumus *linier time function* ($T = t_0 + t_1 \cdot n$). Pada rumus ini, jumlah sampel ditentukan berdasarkan waktu yang efektif yang digunakan untuk melaksanakan penelitian, karena populasi tidak diketahui (Hapsari, 2007).

Dalam penelitian ini waktu yang digunakan adalah 3 hari dalam 3 minggu yaitu pada hari minggu karena hari minggu merupakan hari yang biasanya ramai pengunjung (merupakan hari libur/akhir pekan) sehingga pada hari tersebut biasanya digunakan oleh masyarakat untuk berwisata ke objek wisata Pantai Balekambang. Sedangkan waktu yang digunakan untuk mengambil data dalam sehari diperkirakan 5 jam. Karena waktu itu adalah waktu yang efektif untuk mengumpulkan data. Dengan demikian maka jumlah sampel dapat diketahui dengan rumus berikut.

$$T = t_0 + t_1 n$$

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

dimana: T = waktu penelitian 3 hari

(5 jam x 60 menit x 3 hari = 900 menit)

t_0 = periode waktu harian 5 jam

(5 jam x 60 menit = 300 menit

t_1 = waktu pengisian kuisisioner (15 menit)

n = jumlah responden (40 responden)

3.5. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini berdasarkan jenisnya dapat dikelompokkan sebagai berikut :

3.5.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumbernya (Singarimbun dan Effendi, 1982). Menurut Hasan (2002), data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru

3.5.2. Data Sekunder

Menurut Singarimbun dan Effendi (1982), data sekunder adalah data yang diperoleh tidak dari sumbernya langsung melainkan sudah dikumpulkan oleh pihak lain dan sudah diolah.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang ada. Data ini, biasanya

diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia (Hasan, 2002).

Menurut Marzuki (2005), data sekunder adalah data yang cara pengumpulannya bukan diusahakan sendiri oleh pihak peneliti tetapi diperoleh dari pihak lain, misalnya diambil dari biro statistik, dokumen perusahaan, surat kabar dan publikasi lainnya. Jenis data sekunder yang akan diambil meliputi : keadaan umum lokasi penelitian (keadaan topografi dan geografi), keadaan penduduk.

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuisisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber data, sedang isi catatan subjek penelitian atau variabel penelitian (Arikunto, 1998).

3.6 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dependen variabel dan independen variabel. Dependen variabel adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam penelitian ini yaitu jumlah permintaan ke obyek wisata Pantai Balekambang di Kabupaten Malang. Sedangkan independen variabel adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini independen variabel yang digunakan yaitu biaya perjalanan tempat

wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan menuju obyek wisata lain (sempu), umur pengunjung, pendidikan terakhir pengunjung, waktu kerja pengunjung per bulan, pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan para pengunjung, dan jarak dari tempat tinggal menuju obyek wisata dan pengalaman berkunjung sebelumnya pengunjung.

Pada variabel Independen ada yang bersifat kuantitatif yaitu biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke tempat wisata lain (sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan individu dan jarak. serta bersifat kualitatif yaitu pengalaman berkunjung.

Dalam mengukur data kuantitatif lebih mudah karena data sudah berbentuk angka – angka sedangkan untuk menghitung variabel yang bersifat kualitatif yaitu pengalaman berkunjung diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Riduwan dan Sunarto, (2010) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian pengalaman berkunjung. Alternatif jawaban adalah:

- a. Sangat bagus skornya lima (5)
- b. Bagus skornya empat (4)
- c. Cukup bagus skornya tiga (3)
- d. Jelek skornya dua (2)
- e. Sangat jelek skornya satu (1)

3.7 Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Terdapat delapan variabel yang digunakan dalam analisis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah permintaan ke obyek wisata pantai Balekambang di Kabupaten Malang

Jumlah permintaan ke obyek wisata pantai Balekambang diukur melalui banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama satu tahun terakhir ke pantai Balekambang di Kabupaten Malang. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satuan kekerapan (kali/tahun).

2. Biaya Perjalanan ke Pantai Balekambang

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi pantai Balekambang di Kabupaten Malang. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya karcis masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp / kunjungan).

3. Biaya Perjalanan ke tempat wisata lain (Sempu)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung menuju lain yang dalam hal ini diwakili oleh Sempu. Hal ini disebabkan karena sempu merupakan obyek wisata yang bergerak di bidang bahari, sama dengan Pantai Balekambang. Selain itu kedua obyek wisata ini merupakan obyek wisata yang terdapat di Kabupaten Malang, sehingga sempu merupakan tempat wisata alternatif yang pas untuk Pantai Balekambang. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang pergi, biaya parkir, biaya karcis masuk, biaya

penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinu dengan satuan rupiah (Rp / kunjungan).

4. Umur

Umur pengunjung pantai Balekambang, Kabupaten Malang. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinu dengan satuan tahun (Th)

5. Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan terakhir pengunjung pantai Balekambang, Kabupaten Malang. Variabel ini diukur menggunakan skala nominal dengan skala pengukuran (SD = 1, SMP =2, SMA = 3, D1 = 4, D2 =5, D3 =6, S1 = 7, S2 =8)

6. Waktu Kerja

Waktu yang dihabiskan pengunjung untuk bekerja tiap bulan. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, waktu kerja merupakan waktu yang digunakan untuk belajar dalam 1 bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinu dalam satuan jam per minggu (jam/bulan).

7. Pendapatan

Pendapatan rata-rata per bulan pengunjung pantai Balekambang di Kabupaten Malang. Pendapatan tidak hanya yang bersumber dari pekerjaan utama, namun total pendapatan keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, pendapatan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinu dalam satuan rupiah (Rp/ bulan).

8. Jarak

Jarak rumah pengunjung dengan pantai Balekambang di Kabupaten Malang. Variabel ini diukur secara kontinu dengan satuan kilo meter (Km).

9. Pengalaman Berkunjung Sebelumnya

Pengalaman pengunjung pantai Balekambang apakah sebelumnya pernah atau belum pernah berkunjung ke pantai Balekambang. Variabel ini diukur dengan skala likert (1 = sangat jelek, 2 = jelek, 3 = cukup, 4 = bagus, 5 = sangat bagus).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Definisi operasional dan skala pengukuran

No	VARIABEL	SKALA PENGUKURAN
1	Jumlah permintaan	1x, 2x, 3x, 4x, 5x, 6x, 7x
2	Biaya Perjalanan ke Pantai Balekambang	Biaya Transportasi (Rp/1 kali) Biaya Konsumsi (Rp/1 kali) Biaya Tiket Masuk (Rp/1 kali) Biaya Parkir (Rp/1 kali) Biaya Lain-lain (Rp/1 kali)
3	Biaya Perjalanan ke Tempat Lain (Sempu)	Biaya Transportasi (Rp/1 kali) Biaya Konsumsi (Rp/1 kali) Biaya Tiket Masuk (Rp/1 kali) Biaya Parkir (Rp/1 kali) Biaya Lain-lain (Rp/1 kali)
4	Umur	Tahun
5	Pendidikan terakhir	SD = 1; SMP = 2; SMA = 3; D1 = 4; D2 = 5; D3 = 6; S1 = 7; S2 = 8
6	Waktu Kerja	Jam / bulan
7	Pendapatan	Rp / bulan
8	Jarak	Km
9	Pengalaman Berkunjung Sebelumnya	1 = sangat jelek; 2 = jelek; 3 = cukup; 4 = Baik; 5 = Sangat Baik

3.8 Prosedur Analisis Data

Prosedur analisis data dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian sehingga masing-masing tujuan memiliki prosedur yang berbeda. Prosedur analisis data dalam penelitian ini yaitu:

3.8.1. Pengaruh Variabel Biaya perjalanan ke Objek Wisata Pantai Balekambang, Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Sempu), Umur, Pendidikan Terakhir, Waktu Kerja, Pendapatan, Jarak dan Pengalaman Berkunjung sebelumnya terhadap Jumlah Permintaan Wisata Pantai Balekambang

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu variabel biaya perjalanan ke obyek wisata pantai balekambang, variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (sempu), variabel umur, variabel pendidikan terakhir, variabel waktu kerja pengunjung, variabel pendapatan, variabel jarak . dan variabel pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap variabel dependen yaitu intensitas kunjungan ke pantai Balekambang, dapat dilakukan dengan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F) dan uji parsial (t-test).

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah pengukuran semua variabel telah dilakukan maka langkah selanjutnya melakukan pengolahan data. Pengolahan data yang digunakan adalah model regresi linier berganda yang bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Spesialisasi model yang digunakan Widono Soetjipto (2006:101) adalah:

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

Dimana:

Y = Jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang

a_0 = konstanta

b_1 = koefisien regresi

x_1 = Variabel Biaya Perjalanan ke pantai Balekambang

x_2 = Variabel Biaya Perjalanan ke obyek wisata lain

x_3 = Variabel umur

x_4 = Variabel pendidikan terakhir

x_5 = Variabel waktu kerja

- x_6 = Variabel pendapatan individu
 x_7 = Variabel Jarak
 x_8 = Variabel Pengalaman berkunjung

2. Uji Koefisien Determinasi

R^2 adalah perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh x_1 dan x_2 secara bersama-sama dibanding dengan variasi total Y. Jika selain x_1 dan x_2 semua variabel di luar model yang diwadahi dalam E dimasukkan ke dalam model, maka nilai R^2 akan bernilai 1. Ini berarti seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel penjelas yang dimasukkan ke dalam model. Tidak ada ukuran yang pasti berapa besarnya R^2 untuk mengatakan bahwa suatu pilihan variabel sudah tepat. Jika R^2 semakin besar atau mendekati 1, maka model makin tepat. Semakin besar n (ukuran sampel) maka nilai R^2 cenderung makin kecil. Sebaliknya dalam data runtun waktu (*time series*) dimana peneliti mengamati hubungan dari beberapa variabel pada satu unit analisis (perusahaan atau negara) pada beberapa tahun maka R^2 akan cenderung besar. Hal ini disebabkan variasi data yang relatif kecil pada data runtun waktu yang terdiri dari satu unit analisis saja (Gujarati, 1995).

3. Uji F

Yaitu pengujian hubungan regresi simultan atau serentak antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel berikut :

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 = 0$$

$$H_a : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 \neq 0$$

Keputusan untuk menolak / menerima H_0 dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F label pada derajat bebas (k-1) (n-k-1) dengan tingkat

signifikansi (α) yang ditentukan. Formula uji F menurut Sritua Arif (2001 : 10) adalah:

$$F \text{ (test)} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel bebas

n = banyaknya data / sampel

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} diperoleh dari tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

4. Uji t,

Yaitu pengujian hubungan regresi secara parsial atau terpisah, dilakukan untuk melihat keberartian hubungan masing-masing variabel bebas secara terpisah terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

$H_0 : b_i = 0 \quad i = 1, 2, 3, \dots, k$

$H_a : b_i \neq 0 \quad i = 1, 2, 3, \dots, k$

Dimana

b_i = Koefisien regresi masing-masing variabel penjelas

k = jumlah variabel penjelas

Formula uji-T menurut Sujono (2000: 336) adalah

$$F_{hitung} = \sum_{bi} (1 = 1, 2, 3, \dots, k)$$

Sesuai dengan hipotesis yang dibuat maka uji t yang digunakan adalah uji dua dengan membandingkan T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima

Agar dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi maka model persamaan harus terbebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas uji Multikolinearitas, uji Normalitas, Uji Autokolerasi dan Uji Heteroskedastisitas.

1) Uji Multikolinearitas

Pada mulanya multikolinearitas berarti adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Tepatnya istilah multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti dan istilah kolinearitas berkenaan dengan terdapatnya satu hubungan linear. Tetapi perbedaan ini jarang diperhatikan dalam praktek, dan multikolinearitas berkenaan dengan kedua kasus tadi (Gujarati, 2003).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Imam Ghazali : 2005). Pengujian terhadap ada tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji VIF (Gujarati, 2003). Jika suatu variabel bebas memiliki $VIF <$

10, maka variabel bebas tersebut tidak mengalami multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji park, Uji Glejser, Uji White. Selain itu uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized (Ghozali, 2006).

3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal dan dengan melihat grafik histogram. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau pada grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2006).

3.8.2 Nilai ekonomi obyek wisata Pantai Balekambang Menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*)

Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai ekonomi obyek wisata Pantai Balekambang digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun. Untuk menghitung nilai surplus konsumen, menggunakan formulasi

$$Dx = Qx = a - bP \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan:

- Dx : Permintaan kunjungan
- Qx : Jumlah Kunjungan
- a : konstanta
- b : koefisien regresi
- P : harga atau jumlah biaya perjalanan

Persamaan di atas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen per individu per tahun digunakan perhitungan integral terbatas, dengan batas bawah yaitu harga terendah dan batas teratas yaitu harga tertinggi, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(Px)dP \dots\dots\dots(3.4)$$



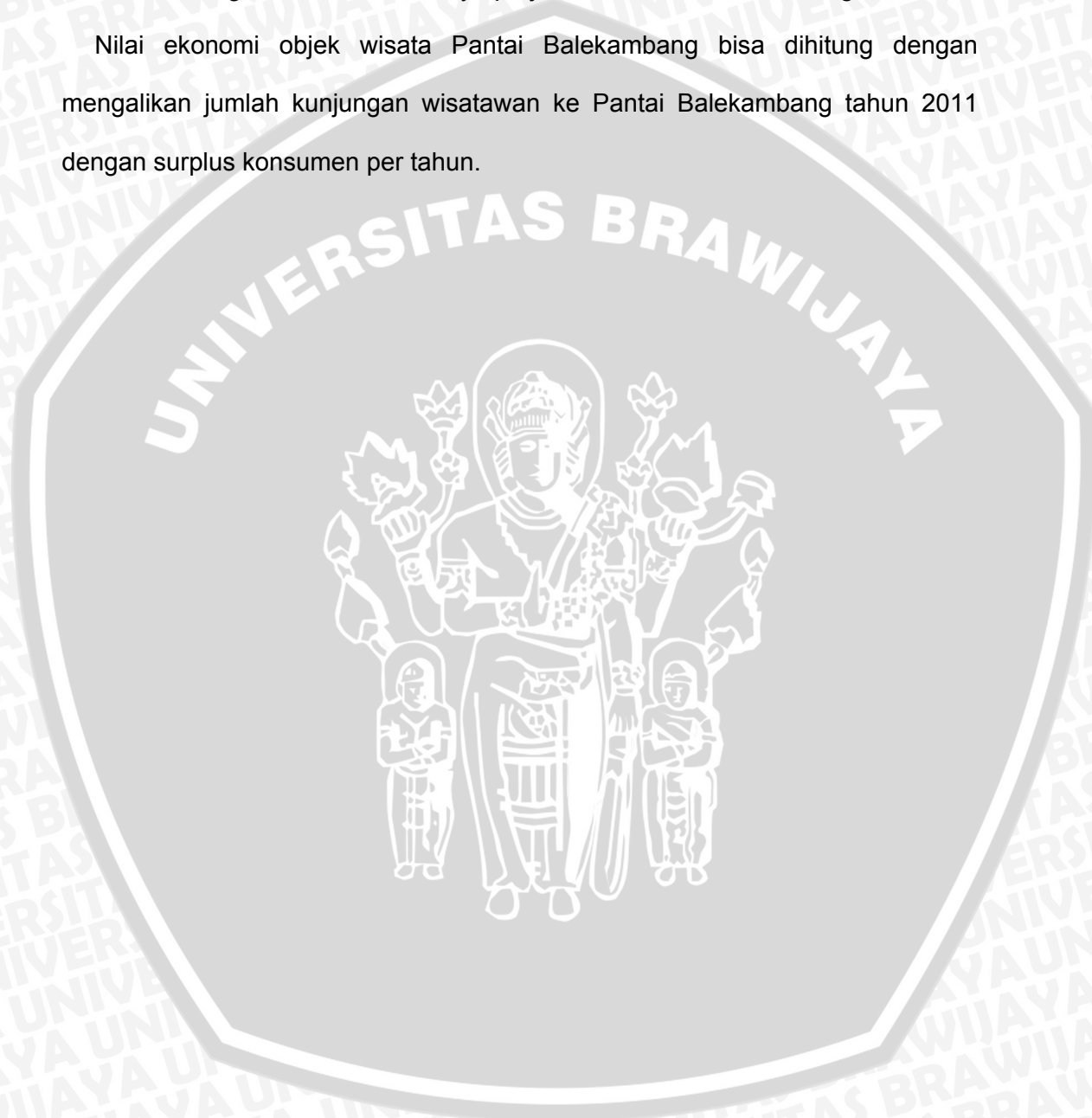
Keterangan:

SK : Surplus Konsumen

P_1 : harga teratas atau biaya perjalanan Pantai Balekambang maksimum

P_0 : harga terendah atau biaya perjalanan Pantai Balekambang minimum

Nilai ekonomi objek wisata Pantai Balekambang bisa dihitung dengan mengalikan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Balekambang tahun 2011 dengan surplus konsumen per tahun.



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Daerah Penelitian

a. Letak Geografis

Kabupaten Malang adalah salah satu Kabupaten di Indonesia yang terletak di Propinsi Jawa Timur dan merupakan Kabupaten yang terluas kedua wilayahnya setelah Kabupaten Banyuwangi dari 38 Kabupaten/ Kota yang ada di Jawa Timur. Hal ini didukung dengan luas wilayahnya 3.534,86 km² atau sama dengan 353.486 ha dan jumlah penduduknya 2.446.218 jiwa (tahun 2010).

Kabupaten Malang terletak pada 112°17'10,90" sampai 112°57'00" Bujur Timur, 7°44'55,11" sampai 8°26'35,45" Lintang Selatan

Batas-batas wilayah Kabupaten Malang adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kabupaten Pasuruan dan Kabupaten Mojokerto
- Sebelah Timur : Kabupaten Probolinggo dan Kabupaten Lumajang
- Sebelah Selatan : Samudra Indonesia
- Sebelah Barat : Kabupaten Blitar dan Kabupaten Kediri

b. Keadaan umum wilayah Desa Srigonco

Pantai Balekambang terletak di Desa Srigonco. Luas wilayah Desa Srigonco secara keseluruhan sebesar 29.910 Ha dengan batas-batas wilayah Desa Srigonco adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Desa Wonorejo
- Sebelah Timur : Desa Sitiarjo
- Sebelah Selatan : Samudra Indonesia
- Sebelah Barat : Desa Sumberbening

c. Penduduk

a. Jumlah Penduduk berdasarkan JenisKelamin

Jumlah penduduk desa Srigonco berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sebanyak 2238 orang dan perempuan sebanyak 2369 orang.

b. Jumlah Penduduk berdasarkan Usia

Tabel 2. Jumlah Penduduk berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	
		Orang	%
1	< 20 tahun	167	3,74
2	21-35 tahun	1548	34,71
3	36-50 tahun	1687	37,82
4	> 50 tahun	1058	23,72
	Jumlah	4460	

Sumber : Profil Desa Srigonco Tahun 2011

Berdasarkan profil jumlah penduduk di Desa Srigonco jumlah penduduk tertinggi berusia diantara 36 - 50 tahun. Akan tetapi jumlah usia produktif tidak kalah banyak, sehingga peluang untuk memajukan desa masih terbuka lebar.

c. Mata Pencaharian Penduduk

Tabel 3. Matapencaharian Penduduk

No	Status	Jumlah	
		orang	%
1	Perkebunan / Petani	44	2,88
2	Peternakan	7	0,46
3	Pedagang	189	12,36
4	Pegawai Negeri Sipil	12	0,78
5	Penambangan	27	1,77
6	Buruh Tani	154	10,07
7	Buruh Bangunan	76	4,97
8	Jasa	55	3,6
9	Lain-Lain	965	63,11
	Jumlah	1529	

Sumber : Profil Desa Srigonco Tahun 2011

Dilihat dari mata pencaharian masyarakat Desa Srigonco terbesar berada di bidang perdagangan sebesar 189 orang. Hal ini apabila pariwisata di Desa Srigonco digarap dengan maksimal merupakan peluang

besar dalam usaha meningkatkan kesejahteraan penduduk dari segi sosial ekonomi

d. Tingkat Pendidikan Penduduk

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Penduduk

No	Keterangan	Jumlah	
		orang	%
1	Penduduk tamat SD / sederajat	1469	31,89
2	Penduduk tamat SLTP / sederajat	1549	33,62
3	Penduduk tamat SLTA / sederajat	557	12,09
4	Penduduk tamat D-2	101	2,19
5	Penduduk tamat D-3	46	1,00
6	Penduduk tamat S-1	17	0,37
7	Penduduk tamat S-2	3	0,07

Sumber : Profil Desa Tahun 2011

Pendidikan merupakan salah satu indikator dari kesejahteraan penduduk yaitu semakin tinggi tingkat kesejahteraan seseorang maka semakin tinggi peluang untuk mengejar pendidikan yang tinggi. Pada masyarakat Desa Srigonco sebagian besar berpendidikan SLTA dan kedua pada tingkat perguruan tinggi (S1). Hal ini menunjukkan masyarakat Desa Srigonco memiliki kemampuan dan kemauan untuk mengejar pendidikan pada tingkat yang tinggi. Pada tingkat pendidikan yang tinggi seseorang mampu akan berusaha mengembangkan potensi diri baik sebagai makhluk sosial maupun individu.

e. Keadaan Sarana dan Prasarana

Tabel 5. Sarana Desa Srigonco

No	Uraian	Keterangan
1	Pertanian	Ada
2	Ladang / tegalan	Ada
3	Perkebunan	Ada
4	Perikanan	Ada
5	Perdagangan	Ada
6	Jasa	Ada
7	Pariwisata	Ada
8	Industri rumah tangga	Ada

Sumber : Profil Desa Tahun 2011

Dari sarana yang dimiliki Desa Srigonco sektor pariwisata belum anggap memiliki sarana yang memadai karena belum dikelola secara maksimal.

Tabel 6. Kondisi prasarana

No	Jenis prasarana	Hasil	Kondisi
		Ada / tidak	Baik / rusak
1	Jalan kota / propinsi	Ada	Baik
2	Jalan Desa	Ada	Rusak
3	Jembatan	Ada	Baik

Sumber : Profil Desa Tahun 2011

Tabel 7. Ketersediaan Prasarana pendukung

No	Jenis prasarana	Keterangan
1	PLN	Ada
2	Pasar swalayan	Tidak ada
3	Kios perorangan	Ada
4	Toko	Tidak ada
5	Kios / toko koperasi	Ada
6	Warung serba ada	Tidak ada
7	Koperasi simpan pinjam	Tidak ada
8	Koperasi unit Desa	Tidak ada
9	Koperasi dusun	Tidak ada
10	Koperasi angkutan	Tidak ada
11	Koperasi Desa	Tidak ada

Sumber : Profil Desa Tahun 2011

Pada profil prasarana menunjukkan pada kondisi yang kurang baik. Hal ini sebagai faktor penghambat untuk kemajuan dan peningkatan sosial ekonomi masyarakat Desa Srigonco. Terutama dalam usaha meningkatkan pariwisata pantai Balekambang.

4.2 Karakteristik Objek Wisata Pantai Balekambang

Pantai Balekambang terletak di Desa Srigonco Kecamatan Bantur Kabupaten Malang. Pantai ini berjarak 56 Km arah selatan dari Kota Malang. Pantai Balekambang merupakan jalur wisata di Kabupaten Malang yang menyerap banyak pengunjung dengan data rata-rata dua ribu pengunjung per hari. Pengunjung Pantai Balekambang dalam 1 tahun terakhir mencapai 756.000, Jumlah pengunjung bisa membludak biasanya pada hari-harilibur atau pada saat diadakan acara ritual Labuhan yang bertepatan pada bulan suro. Pada acara ritual Labuan Suro ini, pengunjung dapat mencapai sedikitnya 10.000 pengunjung yang datang untuk menyaksikan Upacara Larung Sesaji Suran. Upacara Larung Sesaji Suran Pantai Balekambang dilaksanakan oleh masyarakat setempat untuk memohon berkah kepada Tuhan Yang Maha Esa guna keselamatan dan kesejahteraan serta kebahagiaan lahir bathin masyarakat sekitarnya. Pada Upacara Larung Sesaji Suran ini diadakan penyembelihan kambing kendit sebagai symbol ritual acara tradisi tersebut.

Luas area Objek Wisata Pantai Balekambang sekitar kurang lebih 10 Ha yang mana status kepemilikan tanahnya merupakan milik Perhutani. Dari luas area sekitar kurang lebih 10 Ha, Objek Wisata Pantai Balekambang terdiri dari kawasan hutan lindung dan hutan produksi, penginapan, mushola, taman bermain, dan pantai.

Sebelumnya, Objek Wisata Pantai Balekambang dikelola oleh Desa Srigonco. Dan sejak tahun 1985 pengelolaan Objek Wisata Pantai Balekambang dialihkan kepada Perusahaan Daerah (PD) Jasa Yasa. Pembenahan demi pembenahan terus dilakukan seiring dengan berjalannya waktu. Pembenahan tersebut meliputi baik itu sarana maupun prasarana penunjang dengan tetap memperhatikan

aspek-aspek sosial, budaya, kelestarian alam dan lingkungan, serta keamanan dan keselamatan para wisatawan.

Beberapa kelebihan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Balekambang sebagai objek wisata, antara lain:

1. Tumbuhnya pepohonan yang rimbun dan alami, sehingga memberikan iklim sejuk.
2. Memberikan pemandangan dua tempat yang berbeda, yaitu pantai dengan ombak yang tenang dan pantai dengan ombak yang besar.
3. Terdapatnya tiga pulau kecil sebagai tempat rekreasi, yaitu Pulau Ismoyo, Pulau Anoman, dan Pulau Wisanggeni, yang mana masing-masing pulau dihubungkan dengan sebuah jembatan. Pada tahun 1985 telah dibangun sebuah Pura di Pulau Ismoyo, sehingga mirip dengan objek wisata Tanah Lot di Bali.
4. Di sekitar Pantai Balekambang dapat digunakan sebagai bumi perkemahan oleh para wisatawan.
5. Jalanidhipuja atau ritual keagamaan yang dilakukan pemeluk agama Hindu atau dalam bulan Syura dalam penanggalan Jawa dilaksanakan upacara tradisional Labuhan dengan membuang sesaji di Pulau Ismoyo, merupakan beberapa atraksi wisata yang terkenal di Balekambang dan merupakan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan.

4.3. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan lokal yang berkunjung ke pantai balekambang. Karakteristik responden merupakan bagian terpenting dari suatu penelitian karena dengan mengetahui karakteristik responden kita dapat mengenal objek penelitian kita dengan lebih baik.

a. Umur Responden

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik responden untuk melakukan kunjungan dan produktifitas responden. Umur juga menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi, termasuk keputusan untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatannya digunakan untuk mengunjungi tempat-tempat wisata. Jadi secara tidak langsung umur akan turut mempengaruhi besarnya permintaan terhadap Pantai Balekambang tersebut.

Dari data hasil penelitian diperoleh informasi bahwa umur responden pengunjung pantai Balekambang tergolong usia produktif yaitu berkisar antara 17 tahun sampai 52 tahun. Untuk lebih lengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8. Identitas responden menurut kelompok umur dan persentasenya.

No	Katagori umur (Tahun)	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1	<17	2	4,65
2	17 - 25	12	27,90
3	26 - 35	14	32,56
4	36 - 45	7	16,28
5	46 - 50	4	9,30
6	50 keatas	4	9,30
Jumlah		43	100

Sumber : Data primer diolah.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang paling banyak antara umur 26-35 tahun yaitu sebanyak 32,56 persen atau 14 orang, sedangkan umur responden paling sedikit yaitu pada umur <17 tahun yaitu sebanyak 4,65 persen atau 2 orang.

b. Pekerjaan Responden

Pekerjaan akan mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Demikian juga dalam pemilihan lokasi wisata, pekerjaan seseorang akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tujuan wisata.

Pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Balekambang yang menjadi responden terdiri dari 2 orang pegawai negeri sipil (PNS) atau sebesar 4,65 persen, 13 orang wiraswasta atau sebesar 30,23 persen, 8 orang Ibu Rumah Tangga (IRT) atau sebesar 18,60 persen, 3 orang mahasiswa, atau sebesar 6,98 persen, 3 orang pelajar atau sebesar 6,98 persen, 5 orang karyawan atau sebesar 11,63 persen dan 9 orang lainnya atau sebesar 20,93 mempunyai pekerjaan selain pekerjaan yang telah disebutkan. Komposisi responden menurut pekerjaan yang ditekuninya disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 9. Identitas responden menurut jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
Pegawai negeri sipil (PNS)	2	4,65
Wiraswasta	13	30,23
Ibu Rumah Tangga	8	18,60
Mahasiswa	3	6,98
Pelajar	3	6,98
Karyawan	5	11,63
lainnya	9	20,93
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang lebih tinggi berpengaruh terhadap pemahaman seseorang terhadap kebutuhan psikologis dan rasa ingin tahu tentang objek wisata dibandingkan dengan seseorang yang tingkat pendidikan yang lebih rendah. Selain itu tingkat pendidikan juga berpengaruh terhadap jenis pekerjaan yang dimiliki, jenis pekerjaan mempengaruhi jumlah pendapatan, jumlah pendapatan berpengaruh dalam menentukan konsumsi barang dan jasa seperti jasa untuk berwisata.

Tingkat pendidikan seseorang juga akan meningkatkan kesadaran seseorang tentang suatu perjalanan wisata, serta kesadaran mereka dalam memberikan persepsi tentang nilai sumber daya alam suatu objek wisata. Secara tidak langsung persepsi ini akan mendorong mereka untuk melakukan perjalanan

wisata atau kunjungan Pantai Balekambang ini. Untuk melihat lebih jelas tentang tingkat pendidikan pengunjung di Pantai Balekambang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Identitas responden menurut tingkat pendidikan dan persentasenya.

No.	Tingkat pendidikan	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	4	9,30
2.	SLTP	9	20,93
3.	SLTA	13	30,23
4.	Perguruan Tinggi	17	39,53
	Jumlah	43	100

Sumber : Data primer diolah 2012

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, jumlah responden yang tingkat pendidikannya SD hanya 9,30 persen atau 4 orang sedangkan jumlah responden yang terbanyak yaitu pada tingkat pendidikan perguruan tinggi sebanyak 39,53 persen atau 17 orang, ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi kesadarannya untuk melakukan perjalanan wisata.

d. Jarak Menuju Objek Wisata Pantai Balekambang

Jarak yang ditempuh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata pantai balekambang dengan jarak terdekat 10 km dan jarak terjauh 157 km. Deskripsi mengenai jarak tempat tinggal responden terhadap objek wisata pantai balekambang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Deskripsi Responden Menurut Jarak Menuju Obyek Wisata Pantai Balekambang

Jarak (km)	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
1 - 25	4	9,30
26 – 50	15	34,88
51 – 75	9	20,93
76 – 100	4	9,30
>101	11	25,58
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

e. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan sampel yang diambil dalam penelitian yaitu sebanyak 43 responden diperoleh responden yang berjenis kelamin pria sebesar 21 orang, sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebesar 22 orang. Jenis kelamin responden ditunjukkan dalam deskripsi sebagai berikut:

Tabel 12. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
Wanita	22	51,16
Pria	21	48,84
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

f. Waktu kerja responden

Berdasarkan sampel yang diambil dalam penelitian yaitu sebanyak 43 responden diperoleh waktu kerja minimal 90 jam per bulan dan maksimal 540 jam per bulan. Waktu kerja responden ditunjukkan dalam deskripsi sebagai berikut:

Tabel 13. Waktu Kerja per Bulan

Waktu Kerja (jam/bulan)	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
1 - 90	1	2,33
91 – 180	8	18,60
181 – 270	24	55,82
271 – 360	8	18,60
>360	2	4,65
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

g. Lama perjalanan menuju objek wisata pantai Balekambang

Waktu perjalanan merupakan keseluruhan yang dibutuhkan pengunjung untuk menuju objek wisata pantai Balekambang. Waktu perjalanan tercepat adalah 0,5 jam dan waktu perjalanan terlama adalah 7 jam. Deskripsi mengenai lama perjalanan responden menuju objek wisata pantai Balekambang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Lama perjalanan menuju objek wisata pantai balekambang

Lama Perjalanan (menit)	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
< 60	3	6,98
60 - 120	10	23,25
121 - 180	9	20,93
>180	21	48,84
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

Berdasarkan tabel 13 lama perjalanan yang dilakukan responden untuk menuju objek wisata pantai balekambang sebagian besar pada kisaran lebih dari 180 menit yaitu sebesar 21 responden atau sebesar 48,84 persen.

h. Lama Kunjungan /rekreasi di objek wisata pantai balekambang

Lama kunjungan merupakan lama waktu yang dihabiskan pengunjung selama berada di objek wisata pantai balekambang. Lama kunjungan paling lama yaitu selama 7 jam yaitu sebanyak 1 orang atau sebesar persen dan yang tercepat adalah 0,5 jam yaitu sebanyak 2 responden atau sebesar persen. Deskripsi dari lama kunjungan / rekreasi responden pengunjung objek wisata pantai Balekambang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 15. Lama kunjungan / rekreasi pengunjung di objek wisata pantai balekambang

Lama Kunjungan (jam)	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
< 1	3	6,98
1 - 2	8	18,60
2,1 - 3	5	11,63
3,1 - 4	11	25,58
4,1 - 5	10	23,26
>5	6	13,95
jumlah	43	100

i. Pendapatan per bulan

Pendapatan akan mempengaruhi status seseorang dalam pengambilan keputusan. Demikian juga dalam pemilihan lokasi wisata, pendapatan, seseorang akan berperan dalam pengambilan keputusan dalam memilih tempat wisata. Komposisi responden menurut tingkat pendapatan per bulan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 16. Deskripsi responden menurut pendapatan per bulan dan presentasinya

Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
0 – 499.000	7	16,28
500.000 – 999.999	10	23,25
1.000.000 – 1.499.999	4	9,30
1.500.000 – 1.999.999	3	6,98
2.000.000 – 2.499.999	4	9,30
2.500.000 – 3.000.000	2	4,65
>3.000.000	13	30,23
Jumlah	43	100
Minimum = Rp. 150.000 Maksimum = 13.000.000		

Data primer diolah 2012

Dari tabel 4.9 diperoleh bahwa sebagian besar responden berpeghasilan pada kisaran lebih besar dari Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 13 orang atau sebesar 30,23 persen dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 2.077.907

j. Biaya perjalanan ke objek Wisata Pantai Balekambang

Biaya perjalanan dari masing-masing individu merupakan penjumlahan dari biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk, biaya parkir, biaya souvenir dan biaya lain-lain yang dikeluarkan oleh masing-masing responden pengunjung objek wisata pantai balekambang.

Tabel 17. Biaya Perjalanan Pengunjung Objek Wisata Pantai Balekambang

Biaya Perjalanan (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
0 – 49.000	6	13,95
50.000 – 99.000	16	37,21
100.000 – 149.000	9	20,93
150.000 – 199.000	5	11,63
>200.000	7	16,28
Jumlah	43	100
Minimum = Rp. 15.000 Maksimum = Rp. 664.000		

Data primer diolah 2012

k. Biaya Perjalanan ke objek Wisata Lain (Pulau Sempu)

Biaya perjalanan ke objek wisata lain dalam hal ini diwakili oleh objek wisata pulau sempu yang meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya tiket masuk,

biaya parkir, biaya souvenir, dan biaya-biaya lain. Biaya pengeluaran maksimum sebesar Rp. 404.088 dan biaya minimum sebesar Rp. 59.043.

Tabel 18. Biaya Perjalanan Pengunjung Objek Wisata Lain (Pulau Sempu)

Biaya Perjalanan (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
0 – 49.000	0	0
50.000 – 99.000	16	37,209
100.000 – 149.000	13	30,232
150.000 – 199.000	4	9,302
200.000 – 249.000	5	11,627
≥ 250.000	4	9,302
Jumlah	43	100
Minimum = Rp. 59.043 Maksimum = Rp. 404.088		

Data primer diolah 2012

I. Pengalaman berkunjung sebelumnya

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa sebagian besar dari pengunjung yang menjadi responden mempunyai pengalaman berkunjung sebelumnya ke objek wisata pantai Balekambang. Pengalaman sebelumnya oleh responden ditunjukkan dalam deskripsi sebagai berikut:

Tabel 19. Pengalaman berkunjung sebelumnya ke Objek Wisata Pantai Balekambang

Pengalaman berkunjung sebelumnya	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Sangat Bagus	9	20,93
Bagus	12	27,91
Cukup	11	25,58
Jelek	11	25,58
Sangat Jelek	0	0
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

m. Jumlah kunjungan ke objek wisata Pantai Balekambang

Jumlah kunjungan pengunjung objek wisata pantai Balekambang dalam 1 bulan terakhir yaitu jumlah kunjungan minimal sebanyak satu kali dan maksimal sebanyak 3 kali. Jumlah kunjungan 1 kali sebanyak 13 responden atau sebesar 30,23 persen, jumlah kunjungan 2 kali sebanyak 13 responden atau sebesar 30,23 persen, jumlah kunjungan 3 kali sebanyak 17 responden atau sebesar

39,54 persen. Deskripsi jumlah kunjungan responden pengunjung objek wisata pantai Balekambang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20. Jumlah kunjungan pengunjung Objek Wisata pantai Balekambang

Jumlah kunjungan	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
1	13	30,23
2	13	30,23
3	17	39,54
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

n. Kelompok Kunjungan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh sebanyak 27 responden atau sebesar 62,79 persen dari total keseluruhan berkunjung ke Ppantai Balekambang bersama keluarga, sedangkan sisanya sebesar 16 responden atau sebesar 37,21 persen berkunjung ke pantai Balekambang bersama teman atau rombongan. Untuk melihat lebih jelas mengenai kelompok responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 21. Kelompok Kunjungan pengunjung Objek Wisata pantai Balekambang

Kelompok Kunjungan	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Sendirian	0	0
Keluarga	27	62,79
Teman / Rombongan	16	37,21
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

o. Transportasi Responden menuju Pantai Balekambang

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh sebanyak 12 responden atau sebesar 27,91 persen dari total keseluruhan menggunakan sepeda motor menuju pantai Balekambang, 23 responden atau sebesar 53,49 persen menggunakan mobil pribadi menuju pantai Balekambang dan 8 responden atau sebesar 18,60 persen menggunakan bis menuju pantai Balekambang. Untuk melihat lebih jelas mengenai transportasi yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 22. Alat Transportasi pengunjung Objek Wisata pantai Balekambang

Alat Transportasi	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Sepeda Motor	12	27,91
Mobil Pribadi	23	53,49
Bis	8	18,60
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

p. Tingkat Kepuasan

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh sebanyak 26 responden atau sebesar 60,46 persen dari total keseluruhan merasa puas berada di Pantai Balekambang dan 17 responden atau sebesar 39,54 persen merasa biasa saja berada di pantai Balekambang. Untuk melihat lebih jelas mengenai tingkat kepuasan pengunjung yang menjadi responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 23. Tingkat kepuasan pengunjung Objek Wisata pantai Balekambang

Tingkat kepuasan	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Sangat puas	0	0
Puas	26	60,46
Biasa	17	39,54
Tidak Puas	0	0
Sangat tidak puas	0	0
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

q. Daya Tarik dan Kelemahan Objek Wisata Pantai balekambang

Alasan responden untuk datang ke objek wisata pantai balekambang sebagian besar karena dekat dengan rumah yaitu sebanyak 24 responden atau sebesar 55,81 persen, sebanyak 11 responden atau sebesar 25,58 persen tertarik untuk datang ke objek wisata pantai balekambang karena biaya murah dan sebanyak 8 responden atau sebesar 18,61 persen tertarik untuk datang ke objek wisata pantai balekambang karena alasan lain yang selain yang sudah disebutkan.

Tabel 24. Ketertarikan pengunjung terhadap objek wisata pantai balekambang

Ketertarikan terhadap objek wisata Pantai Balekambang	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
Dekat rumah	24	55,81
Biaya perjalanan lebih murah	11	25,58
lainnya	8	18,60
jumlah	43	100

Data primer diolah 2012

Berdasarkan sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 43 responden, diperoleh data mengenai saran untuk pengembangan objek wisata pantai balekambang yang dianalisis secara deskriptif dalam bentuk uraian:

1. Melengkapi sarana dan prasana yang belum ada (21 orang / 48,84 persen)
2. Kebersihan lingkungan dan sarana prasarana objek wisata pantai balekambang supaya lebih diperhatikan (31 orang / 72,09 persen)
3. Menjaga kelestarian alam dan ekosistem (11 orang / 25,58 persen)
4. Jalan akses menuju objek wisata pantai Balekambang lebih diperhatikan (38 orang / 88,37 persen)

4.4 Analisis Pengaruh Variabel Biaya Perjalanan Ke Objek Wisata Pantai Balekambang, Biaya Perjalanan Ke Objek Wisata Lain (Sempu), Umur, Pendidikan Terakhir, Waktu Kerja, Pendapatan, Jarak, dan Pengalaman Berkunjung Terhadap Jumlah Permintaan Wisata Di Pantai Balekambang

Dari profil-profil responden yang sudah dijabarkan pada sub-sub sebelumnya, variabel-variabel yang telah ditentukan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan SPSS 13,00 untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu variabel biaya perjalanan ke obyek wisata pantai balekambang, variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (sempu), variabel umur, variabel pendidikan terakhir, variabel waktu kerja pengunjung, variabel pendapatan, variabel jarak dan variabel pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap

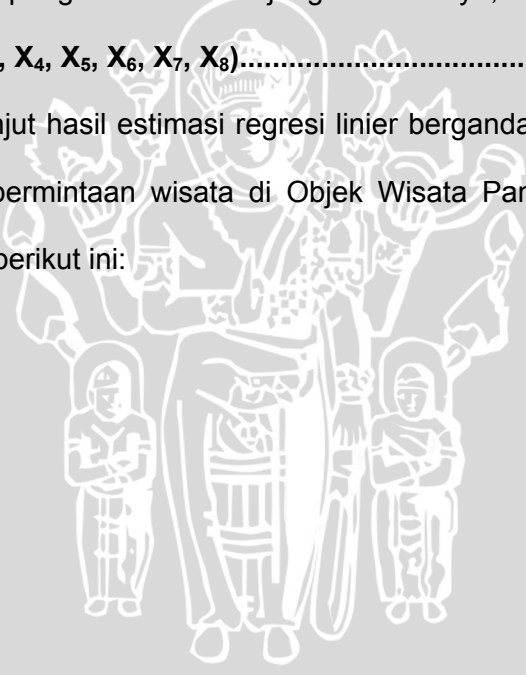
variabel dependen yaitu jumlah permintaan ke pantai Balekambang, dapat dilakukan dengan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji simultan (F-test) dan uji parsial (t-test).

4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari data yang diperoleh dilakukan regresi untuk menghasilkan kurva permintaan lokasi wisata yang dikaji. Model yang dipakai adalah jumlah permintaan wisata yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan menuju objek wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan menuju objek wisata lain yang dalam hal ini mengambil objek wisata Sempu, umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak, dan pengalaman berkunjung sebelumnya, dengan formula:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8) \dots \dots \dots (4.1)$$

Untuk melihat lebih lanjut hasil estimasi regresi linier berganda dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata di Objek Wisata Pantai Balekambang bisa dilihat pada tabel berikut ini:



Tabel 25. Hasil Estimasi regresi linier berganda dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata di Objek Wisata Pantai Balekambang

Variabel	Koefisien	Std. Error	Std. Koef	t	Sig
Constant	-8,915	2,979		-1,117	0,272
Biaya Perjalanan Pantai Balekambang	-0,431	0,346	-0,150	-1,244	0,222
Biaya Perjalanan Sempu	1,351	0,642	0,206	2,105	0,043
Umur	-0,041	0,016	-0,257	-2,575	0,015
Pendidikan terakhir	-0,108	0,092	-0,120	-1,170	0,250
Waktu kerja	-0,002	0,002	-0,083	-0,939	0,354
Pendapatan	0,396	0,228	0,195	1,741	0,091
Jarak	-0,042	0,007	-0,776	-5,686	0,000
Pengalaman berkunjung	0,048	0,213	0,025	0,225	0,824
$R^2 = 0,780$ Adjusted $R^2 = 0,729$ $F_{hitung} = 15,090$ Sig F = 0,000					

Sumber: lampiran C

Dari hasil tersebut, apabila ditulis persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = - 8,915 - 0,431X_1 + 1,351X_2 - 0,041X_3 - 0,108X_4 - 0,002X_5 + 0,396X_6 - 0,042X_7 + 0,048 X_8 \dots\dots\dots(4.2)$$

Keterangan:

Y = Jumlah permintaan kunjungan ke objek wisata Pantai Balekambang

X₁ = Biaya Perjalanan (TC) ke objek wisata Pantai Balekambang

X₂ = Biaya Perjalanan (TC) ke objek wisata lain (Sempu)

X₃ = Umur Responden

X₄ = Pendidikan terakhir responden

X₅ = Waktu Kerja responden

X₆ = Pendapatan pengunjung objek wisata Pantai Balekambang

X₇ = Jarak

X_8 = Pengalaman berkunjung sebelumnya

Nilai konstanta β_0 sebesar -8,915 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata pantai Balekambang, biaya perjalanan ke objek wisata lain, umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya, dianggap sama dengan nol, maka jumlah kunjungan bernilai 8,915 kali dalam 1 tahun terakhir.

Dari hasil estimasi secara statistik dapat diketahui bahwa, ada beberapa variabel bebas dalam penelitian ini yang tidak signifikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu variabel umur, variabel waktu kerja, variabel jarak dan variabel pengalaman berkunjung. Variabel ini tidak mempunyai pengaruh signifikan karena responden yang berkunjung ke objek wisata pantai Balekambang lebih mementingkan bagaimana memperoleh manfaat dari yang ditawarkan oleh Objek Wisata Pantai Balekambang.

Variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Pantai Balekambang dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,431 menghasilkan nilai negatif, hal ini berarti perubahan kenaikan biaya perjalanan sebesar satu persen akan mengakibatkan penurunan jumlah permintaan sebesar 0,431 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata lain (sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya adalah tetap (konstan). Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zaenal (2006) dan Putik (2008), dimana variabel biaya perjalanan yang mereka teliti juga mempunyai pengaruh negatif. Pendekatan biaya perjalanan merupakan bentuk konsumsi berdasarkan harga atau biaya yang dikorbankan untuk mendapatkan manfaat suatu barang. Biaya perjalanan juga menganggap bahwa para pengunjung akan bereaksi terhadap perubahan biaya yang dikeluarkan untuk mengunjungi tempat rekreasi. Cara yang sama akan dilakukan apabila

terjadi perubahan pungutan biaya masuk yang harus dibayar oleh wisatawan (Dixon & Huftschmidt, 1986). Penggunaan variabel biaya perjalanan berdasarkan teori permintaan dimana semakin tinggi biaya perjalanan maka permintaan akan manfaat wisata semakin rendah. Seseorang yang melakukan kegiatan wisata atau rekreasi pasti melakukan mobilitas atau perjalanan dari rumah menuju obyek wisata dan dalam melaksanakan kegiatan tersebut pelaku memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi, sehingga biaya perjalanan (*travel cost*) dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang.

Variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata lain (sempu) dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,351 menghasilkan nilai positif, hal ini berarti perubahan kenaikan biaya perjalanan ke objek wisata lain (sempu) sebesar satu persen akan mengakibatkan peningkatan jumlah permintaan sebesar 1,351 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya adalah tetap (konstan). Hal ini disebabkan karena pengunjung lebih memilih tempat wisata yang lebih murah biaya perjalanannya dan lebih dekat dengan tempat tinggal mereka. Karena antara biaya perjalanan dan jarak menuju tempat wisata berbanding lurus, sehingga semakin tinggi biaya perjalanan maka jarak menuju tempat wisata juga semakin jauh, hal ini yang menyebabkan pengunjung lebih memilih Pantai Balekambang dibandingkan Sempu. Oleh karena itu semakin tinggi biaya perjalanan menuju objek wisata lain (sempu) maka semakin tinggi pula jumlah permintaan kunjungan terhadap objek wisata pantai Balekambang.

Variabel umur dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,041 menghasilkan nilai negatif, hal ini berarti perubahan kenaikan umur sebesar satu persen akan

menurunkan jumlah permintaan sebesar 0,041 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya adalah tetap (konstan). Koefisien bertanda negatif, hal ini disebabkan oleh jarak menuju obyek wisata Pantai Balekambang yang begitu jauh dengan kondisi jalan yang rusak sehingga para pengunjung lebih memilih obyek wisata lain yang lebih dekat dengan tempat tinggal.

Variabel Pendidikan terakhir dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,108 menghasilkan nilai negatif, hal ini berarti perubahan kenaikan pendidikan terakhir sebesar satu persen akan menurunkan jumlah permintaan sebesar 0,108 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, umur, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya adalah tetap (konstan). Koefisien bertanda negatif, hal ini berarti kebutuhan akan manfaat dari jasa lingkungan melalui kegiatan rekreasi di lokasi obyek wisata tertentu merupakan konsumsi semua orang, mulai dari tingkat pendidikan terendah sampai yang tertinggi. Hal ini dapat dilihat dari pengunjung yang berkunjung ke tempat ini berasal dari semua tingkatan pendidikan.

Variabel waktu kerja dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,002 menghasilkan nilai negatif, hal ini berarti perubahan kenaikan waktu kerja sebesar satu persen akan menurunkan jumlah permintaan sebesar 0,001 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, umur, pendidikan terakhir, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya adalah tetap (konstan). Koefisien bertanda negatif, hal ini disebabkan karena akses menuju lokasi obyek wisata

Pantai Balekambang yang sulit sehingga pengunjung akan lebih memilih tempat rekreasi yang akses menuju lokasi lebih mudah.

Variabel pendapatan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,396 menghasilkan nilai positif, hal ini berarti perubahan kenaikan pendapatan sebesar satu persen akan mengakibatkan peningkatan jumlah permintaan sebesar 0,396 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya adalah tetap (konstan). Dengan demikian semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang, maka jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Balekambang semakin meningkat.

Variabel jarak dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,042 menghasilkan nilai negatif, hal ini berarti perubahan kenaikan jarak sebesar satu persen akan menurunkan jumlah permintaan sebesar 0,042 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke objek wisata lain, umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan dan pengalaman berkunjung sebelumnya adalah tetap (konstan). Koefisien bertanda negatif, hal ini disebabkan oleh pengunjung lebih senang mencari tempat wisata yang lokasinya lebih dekat dengan tempat tinggal dibanding tempat wisata yang jauh dari tempat tinggal. Koefisien variabel jarak menunjukkan tanda negatif, dapat disimpulkan bahwa semakin jauh tempat wisata maka semakin rendah jumlah permintaan wisata ke objek wisata Pantai Balekambang begitu juga sebaliknya. Karena jarak menentukan tinggi rendahnya jumlah permintaan wisata ke Pantai balekambang, untuk menekan waktu tempuh objek wisata Pantai Balekambang, maka kemudahan akses dan kualitas jalan menuju objek wisata Pantai Balekambang perlu ditingkatkan.

Variabel pengalaman berkunjung sebelumnya dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,048 menghasilkan nilai positif, hal ini berarti perubahan kenaikan pengalaman berkunjung sebelumnya sebesar satu persen akan mengakibatkan peningkatan jumlah permintaan sebesar 0,048 dengan asumsi bahwa biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan dan jarak adalah tetap (konstan). Berdasarkan nilai di atas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengalaman berkunjung sebelumnya maka akan semakin tinggi jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Balekambang. Adanya pengaruh positif dari pengalaman terhadap jumlah permintaan wisata ke objek wisata Pantai Balekambang disebabkan karena lokasi objek wisata yang dekat dengan rumah dan biaya yang dikeluarkan untuk menuju ke objek wisata tersebut rendah membuat pengunjung yang pernah datang sebelumnya dan merasa puas akan memiliki niat untuk kembali mengunjunginya, sehingga pengalaman individu yang sudah *familier* dengan objeknya dan kepuasan individu dalam mengunjungi suatu objek wisata akan menjadi faktor-faktor yang terkuat untuk melakukan kunjungan wisata ini. Pengalaman berkunjung sebelumnya ke objek wisata Pantai Balekambang dapat dipengaruhi oleh selera dan preferensi pengunjung terhadap permintaan pariwisata ke objek wisata Pantai balekambang dan objek wisata lainnya dilihat melalui kekerapan pengunjung dalam mengunjungi suatu objek wisata.

4.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji godness-fit dari model regresi. Besarnya nilai adjusted R^2 sebesar 0,729 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar

72,9 persen. Sedangkan sisanya 27,1persen dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.4.3 Uji pengaruh Simultan (F test)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengujian :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = \beta_8 = 0$ tidak terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

$H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_6 \neq \beta_7 \neq \beta_8 \neq 0$ terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

Sedangkan ketentuannya adalah sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang signifikan.

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS 13 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,090 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikan F tersebut diperoleh bahwa nilai F_{tabel} dengan $df_1 = 8$ dan $df_2 = 43 - 8 - 1 = 34$ adalah sebesar 2,23. Dengan demikian diperoleh $F_{hitung} (15,090) > F_{tabel} (2,23)$. Hal ini berarti secara bersama-sama variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (sempu), variabel umur, variabel pendidikan terakhir, variabel waktu kerja, variabel pendapatan, variabel jarak dan variabel pengalaman sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata pantai Balekambang.

4.4.4. Uji Parsial (t test)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dependen. Pengujian t statistik dapat dilakukan dengan melihat dan membandingkan t tabel dengan t hitung. Sedangkan ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang tidak signifikan.
- b. Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang signifikan.

Nilai t tabel untuk $df = 35$ ($n - k = 43 - 8 = 35$) dengan tingkat signifikansi 5 % atau 0,05 adalah $\pm 1,689$ dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Pantai Balekambang

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Pantai Balekambang diperoleh nilai t hitung sebesar -1,244 dengan tingkat signifikansi 0,222. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah sebesar 1,689 nilai t hitung sebesar -1,244 maka nilai mutlak 1,244 dengan demikian diperoleh t hitung ($1,244 <$ t tabel (1,689). Dapat disimpulkan bahwa variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Pantai Balekambang secara parsial tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Pantai Balekambang. Hal ini disebabkan karena untuk menentukan tempat wisata yang diinginkan masyarakat tidak hanya memperhatikan biaya menuju tempat wisata tersebut, tetapi juga harus diikuti dengan umur,

pendapatan per bulan, pengalaman berkunjung sebelumnya maupun selera. Jadi variabel biaya perjalanan tidak akan berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata ke Pantai Balekambang tanpa diikuti oleh variabel lain diatas.

2) Biaya Perjalanan (*travel cost*) ke Objek Wisata Lain (Sempu)

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (sempu) diperoleh t hitung sebesar 2,105 dengan tingkat signifikan sebesar 0,043. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah 1,689. nilai t hitung sebesar 2,105 dengan demikian diperoleh t hitung $(2,105) > t$ tabel (1,689). Dapat disimpulkan bahwa variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata lain (sempu) secara parsial berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Pantai Balekambang. Hal ini disebabkan karena pada umumnya masyarakat akan lebih memilih tempat wisata yang lebih dekat dengan rumah atau untuk menemukannya hanya mengeluarkan biaya yang sedikit dibandingkan tempat wisata yang untuk menuju kesana mengeluarkan biaya yang lebih besar. Sehingga pantai Balekambang akan menjadi pilihan sebagai tujuan wisata dibandingkan dengan sempu.

3) Umur pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel umur pengunjung diperoleh t hitung sebesar -2,575 dengan tingkat signifikan sebesar 0,015. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah sebesar 1,689. nilai t hitung sebesar -2,575 maka nilai mutlak 2,575 dengan demikian diperoleh t hitung $(2,575) > t$ tabel (1,689). Dapat disimpulkan bahwa variabel umur pengunjung secara parsial berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Pantai

Balekambang. Hal ini bisa dilihat pada data hasil penelitian umur responden pengunjung pantai Balekambang yang tergolong usia produktif yaitu berkisar antara 17 tahun sampai 52 tahun.

4) Pendidikan terakhir pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel pendidikan terakhir pengunjung diperoleh t hitung sebesar -1,170 dengan tingkat signifikan sebesar 0,250. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah sebesar 1,689. nilai t hitung sebesar -1,170 maka nilai mutlak 1,170 dengan demikian diperoleh t hitung $(1,170) < t$ tabel (1,689). Dapat disimpulkan bahwa variabel pendidikan terakhir pengunjung secara parsial tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Pantai Balekambang. Hal ini disebabkan karena variabel pendidikan hanya menambah wawasan seseorang tentang objek wisata, bukan sesuatu yang memotivasi orang itu untuk berwisata. Jika pendidikan seseorang tinggi tanpa diiringi dengan pendapatan dan waktu kerja yang tinggi maka hal itu tidak akan terlalu berpengaruh terhadap jumlah permintaan ke objek wisata pantai Balekambang.

5) Waktu kerja pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel waktu kerja pengunjung diperoleh t hitung sebesar -0,939 dengan tingkat signifikan sebesar 0,354. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah sebesar 1,689. nilai t hitung sebesar -0,939 maka nilai mutlak 0,939 dengan demikian diperoleh t hitung $(0,939) < t$ tabel (1,689). Dapat disimpulkan bahwa variabel waktu kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata di objek

wisata Pantai Balekambang. Hal ini disebabkan karena walaupun waktu kerja seseorang tinggi tanpa diikuti oleh pendapatan maka kemampuan untuk mengunjungi tempat wisata akan terbatas, karena masih banyak kebutuhan yang harus dipenuhi yang lebih penting dari mengunjungi tempat wisata. Jadi jika untuk mengukur jumlah permintaan di objek wisata Pantai Balekambang hanya dengan menggunakan variabel waktu kerja tanpa menggunakan variabel pendapatan hal itu tidak akan berpengaruh.

6) Pendapatan pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel pendapatan pengunjung diperoleh t hitung sebesar 1,741 dengan tingkat signifikan sebesar 0,091. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah sebesar 1,689. nilai t hitung sebesar 1,741 maka dengan demikian diperoleh t hitung $(1,741) > t$ tabel $(1,689)$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan pengunjung secara parsial berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Pantai Balekambang. Hal ini disebabkan karena pendapatan merupakan sesuatu yang paling penting dalam hal berwisata ataupun mengunjungi tempat wisata. Orang yang berpenghasilan besar akan lebih sering mengunjungi tempat wisata dibandingkan orang yang berpenghasilan sedikit. Jarak menuju tempat wisata memang sedikit berpengaruh terhadap pendapatan, tetapi ketika seseorang yang berpenghasilan besar telah berencana mengunjungi tempat wisata, walaupun jaraknya jauh, hal itu tidak menjadi masalah karena dia mampu untuk membeli atau membiayai biaya perjalanannya.

7) Jarak

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel jarak diperoleh t hitung sebesar -5,686 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah sebesar 1,689. nilai t hitung sebesar -5,686 maka nilai mutlak 5,686 dengan demikian diperoleh t hitung ($5,686$) $>$ t tabel ($1,689$). Dapat disimpulkan bahwa variabel jarak secara parsial berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Pantai Balekambang. Jarak merupakan sesuatu yang sangat berpengaruh terhadap pemilihan tempat wisata, semakin tinggi jarak menuju tempat wisata, maka semakin besar pula biaya perjalanan menuju tempat wisata tersebut, sehingga jumlah permintaan kunjungan ke objek wisata Pantai balekambang semakin rendah. Hal itu disebabkan karena pengunjung akan lebih memilih tempat wisata yang lebih dekat dengan tempat tinggal mereka dibandingkan harus menuju tempat yang lebih jauh dari tempat tinggal.

8) Pengalaman berkunjung sebelumnya pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian SPSS 13,00 untuk variabel pengalaman berkunjung sebelumnya pengunjung diperoleh t hitung sebesar 0,225 dengan tingkat signifikan sebesar 0,828. Dengan menggunakan batas signifikansi 5 persen, maka diperoleh nilai t tabel dengan $df = 43 - 8 = 35$ adalah sebesar 1,689. nilai t hitung sebesar 0,225 maka dengan demikian diperoleh t hitung ($0,225$) $<$ t tabel ($1,689$). Dapat disimpulkan bahwa variabel pengalaman berkunjung sebelumnya pengunjung secara parsial tidak berpengaruh tetapi signifikan terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Pantai Balekambang.

Agar dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi maka model persamaan harus terbebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Atau multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti dan istilah kolinearitas berkenaan dengan terdapatnya satu hubungan linear. Tetapi perbedaan ini jarang diperhatikan dalam praktek, dan multikolinearitas berkenaan dengan kedua kasus tadi (Gujarati,2003). Hasil regresi dengan menggunakan SPSS 13, maka dari matriks korelasi terlihat bahwa tampilan output VIF dan Tolerance mengindikasikan tidak terdapat multikolinearitas. Nilai VIF tidak ada yang melebihi 10 dan nilai Tolerance tidak ada yang kurang dari 0,10

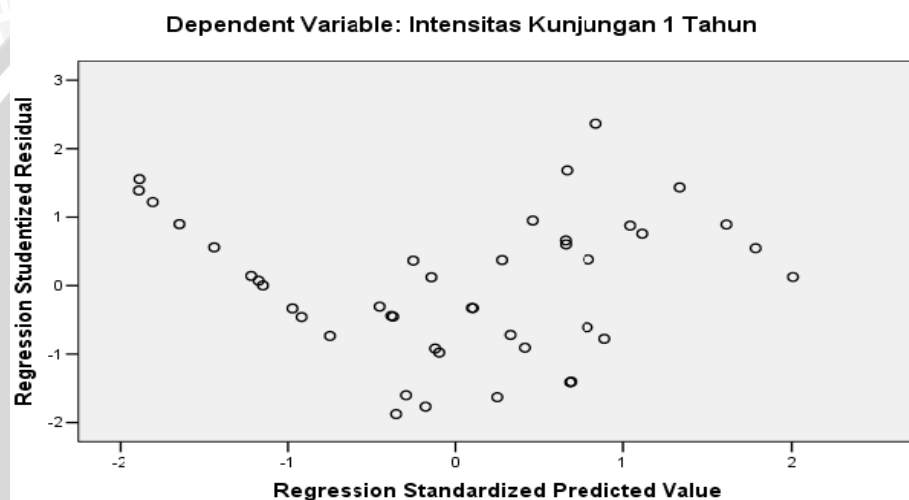
Tabel 26. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	Keputusan
Biaya Perjalanan pantai Balekambang	0,444	2,255	Bebas multikolinearitas
Biaya Perjalanan pulau Sempu	0,674	1,485	Bebas multikolinearitas
Umur	0,648	1,543	Bebas multikolinearitas
Pendidikan Terakhir	0,614	1,629	Bebas multikolinearitas
Waktu Kerja	0,829	1,206	Bebas multikolinearitas
Pendapatan	0,516	1,938	Bebas multikolinearitas
Jarak	0,347	2,883	Bebas multikolinearitas
Pengalaman Berkunjung	0,529	1,892	Bebas multikolinearitas

2. Uji Heteroskedistisitas

Uji Heteroskedistisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedistisitas dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*. Hasil pengujian disajikan pada gambar berikut.

Gambar 3
Uji Heteroskedistisitas
Scatterplot



Dari hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar secara baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Pantai Balekambang berdasarkan masukan variabel independent biaya perjalanan ke objek wisata pantai Balekambang, biaya perjalan ke Objek Wisata lain (sempu), umur responden, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan per bulan, jarak, dan pengalaman berkunjung sebelumnya.

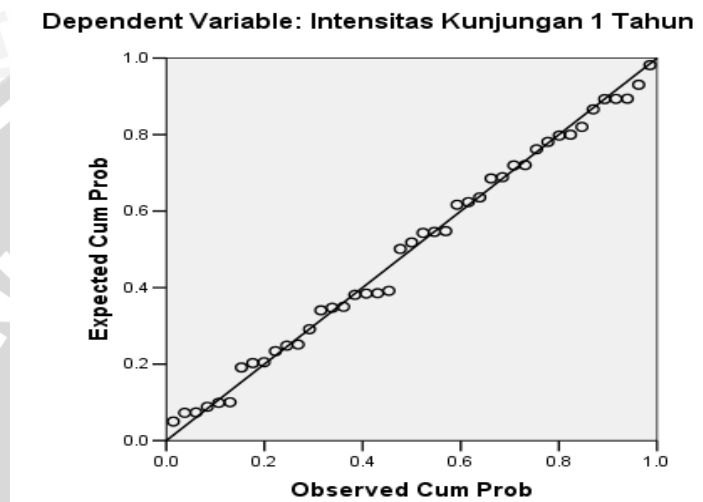
3. Uji Normalitas Residual

Dari grafik Histogram terlihat bahwa residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri. Pada grafik normal

probability plots titik-titik menyebar berhimpit di sekitar diagonal dan hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Gambar 4
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar diatas menunjukkan bahwa semua variabel berdistribusi normal karena memiliki pola yang dekat dengan garis diagonal dan hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Uji Kolmogorof-Smirnov dapat dilakukan dengan menguji apakah variabel independen terdistribusi secara normal. Dari hasil uji Kolmogrov-Smirnov tampak bahwa nilai Kolmogrov-Smirnov sebesar:

Tabel 27. Pengujian Normalitas variabel Independen dengan Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test									
	Biaya Perjalan Pantai	Biaya Perjalan Perjalanan	Umur	faktu Kerendapata	Jarak	engalaman Berunjung	Intensitas Tahun		
N	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Normal Param ^a									
Mean	34267,44	23912,56	33,40	251,163	7906,98	68,23	3,44	3,14	
Std. Deviation	5257,545	2400,380	13,124	76,7016	0272,53	38,635	1,098	2,111	
Most Extreme Absolute Differences									
Positive	,193	,139	,119	,186	,196	,189	,183	,178	
Negative	,193	,139	,119	,186	,178	,189	,168	,178	
Kolmogorov-Smirnov Z	-,160	-,073	-,081	-,163	-,196	-,109	-,183	-,155	
Asymp. Sig. (2-tailed)	1,263	,911	,780	1,218	1,284	1,239	1,199	1,164	
	,082	,378	,576	,103	,074	,093	,113	,133	

^a.Test distribution is Normal.

^b.Calculated from data.

Pada uji Kolmogrov-Smirnov variabel pendidikan terakhir tidak diuji, karena variabel tersebut merupakan variabel dalam bentuk ordinal.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$ atau periode sebelumnya. Pada pengujian ini digunakan uji *Run Test*, dimana *Run Test* ini digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak sistematis. Hasil Uji Autokorelasi adalah sebagai berikut:

Runs Test	
	Intensitas Kunjungan 1 Bulan
Test Value ^a	2
Cases < Test Value	13
Cases >= Test Value	30
Total Cases	43
Number of Runs	20
Z	,132
Asymp. Sig. (2-tailed)	,895

^a. Median

Hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai tes adalah 2 dengan probabilitas 0,895 tidak signifikan pada 0,05 yang berarti bahwa residual random atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.

4.5. Perhitungan Nilai Ekonomi Obyek Wisata Pantai Balekambang

Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai ekonomi obyek wisata pantai Balekambang digunakan valuasi ekonomi. Metode yang digunakan yaitu metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu per tahun

Hasil regresi antara jumlah kunjungan (Y) dan variabel bebas menghasilkan model persamaan seperti berikut:

$$Dx = Qx = a - bP \dots\dots\dots(4.3)$$

Keterangan:

- Dx : Permintaan kunjungan
- Qx : Jumlah Kunjungan
- a : konstanta
- b : koefisien regresi
- P : harga atau jumlah biaya perjalanan

$$Dx = Qx = 4,310 - 0,00000087 P \dots\dots\dots (4.4)$$

Persamaan 4.4 bisa dilihat di lampiran 6. Selanjutnya persamaan diatas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen per individu per tahun digunakan perhitungan integral terbatas dengan batas atas sebesar Rp. 664.000,00 (P¹) dan batas bawah sebesar Rp. 15.000 (P⁰). Untuk menghitung surplus konsumen digunakan persamaan berikut:

$$SK= \int_{P^0}^{P^1} f(Px)dP \dots\dots\dots(4.5)$$

Keterangan:

SK : Surplus Konsumen

P_1 : harga teratas atau biaya perjalanan Pantai Balekambang maksimum

P_0 : harga terendah atau biaya perjalanan Pantai Balekambang minimum

$$SK = \int_{15.000}^{664.000} (4,310 - 0,0000087P) dP \dots \dots \dots (4.6)$$

Dari hasil perhitungan diperoleh surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp. 2.413.806 dimana pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Balekambang rata-rata telah berkunjung 3,14 kali ke tempat tersebut. Sehingga diketahui bahwa kelebihan (surplus) yang dinikmati konsumen karena kemampuannya untuk membayar melebihi permintaan aktualnya dimana nilai aktual tersebut untuk individu sebesar Rp. 134.267,44, dan surplus konsumen setahun yang didapat sebesar Rp. 2.413.806 per individu per tahun atau Rp. 2.279.539 per individu untuk satu kali kunjungan.

Untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka nilai surplus konsumen per individu per tahun sebesar Rp. 2.413.806 dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2011 yaitu sebesar 287.049 pengunjung, sehingga diperoleh nilai total ekonomi objek wisata Pantai Balekambang sebesar Rp692.880.664.515,00 per tahun.

Apabila nilai ini dibandingkan dengan penerimaan yang diperoleh pengelola hanya dari penerimaan tiket atau karcis masuk sebesar Rp. 11.000 per orang per kunjungan, maka dapat dihitung besarnya pendapatan yang diperoleh dari obyek wisata Pantai Balekambang adalah sebesar Rp. 3.157.539.000 per tahun. Besaran nilai ini hanya 0,46 % dari nilai total ekonomi obyek wisata Pantai Balekambang berdasarkan metode biaya perjalanan per tahun. Dimana presentase ini dalam perhitungannya tidak melibatkan biaya transportasi, konsumsi, souvenir dan biaya lainnya yang dikeluarkan responden.



Berdasarkan perhitungan nilai ekonomi ini dapat dilihat bahwa keberadaan obyek wisata Pantai Balekambang memiliki daya tarik untuk dikunjungi para pengunjung. Nilai tersebut dapat ditingkatkan dengan melakukan pembenahan pada seluruh aspek, mulai dari aspek internal lokasi obyek wisata sendiri seperti fasilitas dan pelayanan serta aspek eksternal obyek wisata seperti akses jalan dalam menuju lokasi, strategi publikasi dan dukungan masyarakat setempat.

Oleh karena itu pembenahan harus segera dilakukan oleh pengelola obyek wisata dalam hal ini perusahaan daerah (PD) Jasa Yasa. Pembenahan yang dilakukan akan jauh lebih berarti jika melibatkan seluruh pihak mulai dari masyarakat setempat, akademisi, pengusaha jasa pariwisata, dinas terkait dan media massa. Dengan demikian diharapkan tingkat kunjungan yang lebih tinggi kelak akan selalu diperlihatkan dari keberadaan obyek wisata Pantai Balekambang ini. Berdasarkan kondisi tersebut tentunya keberadaan obyek wisata ini sangat berarti dalam menyumbang pendapatan daerah kabupaten Malang, sehingga tentunya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat dalam usaha perwujudan masyarakat yang lebih sejahtera khususnya penduduk di sekitar obyek wisata.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan untuk analisis permintaan pengunjung terhadap obyek wisata pantai Balekambang Kabupaten Malang, Jawa Timur dengan menggunakan metode travel cost, maka dapat disimpulkan:

1. Dari hasil uji t-statistik menunjukkan bahwa diantara kedelapan variabel bebas hanya 4 variabel yang berpengaruh terhadap variabel terikat, yaitu variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (sempu), variabel umur, variabel pendapatan, dan variabel jarak.
2. Variabel jumlah permintaan pengunjung terhadap obyek wisata pantai Balekambang dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (sempu), variabel pendapatan, dan pengalaman berkunjung sebelumnya menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan pengunjung terhadap obyek wisata pantai Balekambang. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, variabel umur, variabel pendidikan terakhir, variabel waktu kerja, dan variabel jarak menunjukkan pengaruh negatif terhadap jumlah permintaan pengunjung pantai Balekambang.
3. Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain yang dalam hal ini diwakili oleh sempu signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata pantai Balekambang karena keidentikan antara kedua objek wisata yang masing-masing memiliki ciri-ciri dan daya tarik sendiri. variabel umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, dan jarak tidak signifikan terhadap jumlah permintaan

pengunjung obyek wisata pantai Balekambang dimungkinkan karena bervariasinya umur, pendidikan terakhir dan waktu kerja pengunjung.

4. Dari hasil uji-f statistik menunjukkan bahwa semua variabel bebas (biaya perjalanan ke objek wisata pantai Balekambang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, Pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah permintaan pengunjung.
5. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,729 atau hanya 72,9 persen variasi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas, sedangkan sisanya 27,1 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model.
6. Surplus konsumen sebesar Rp. 2.279.539 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh konsumen yaitu pengunjung objek wisata Pantai Balekambang masih jauh diatas harga rata-rata pengeluaran biaya perjalanan yaitu Rp. 134.500 per kunjungan. Hal ini berarti objek wisata Pantai Balekambang memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan kepada para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Pantai Balekambang.
7. Nilai ekonomi wisata Pantai Balekambang dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp. 692.880.664.515 per tahun

5.2. Saran

Dari berbagai kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan koefisien variabel pendapatan yang bertanda positif dapat disimpulkan bahwa objek wisata Pantai Balekambang merupakan barang normal, sehingga semakin tinggi pendapatan pengunjung akan semakin tinggi jumlah permintaan wisata ke objek wisata Pantai Balekambang. Untuk itu, diperlukan pengembangan dan penganekaragaman daya tarik wisata (seperti pengadaan arena untuk bermain anak-anak dan lain-lain yang belum tersedia di objek wisata tersebut) agar pengunjung yang telah berkunjung bersedia untuk datang kembali ke objek wisata Pantai Balekambang.
2. Koefisien variabel jarak menunjukkan tanda negatif, dapat disimpulkan bahwa semakin jauh tempat wisata maka semakin rendah jumlah permintaan wisata ke objek wisata Pantai Balekambang begitu juga sebaliknya. Karena jarak menentukan tinggi rendahnya jumlah permintaan wisata ke Pantai balekambang, untuk menekan waktu tempuh objek wisata Pantai Balekambang, maka kemudahan akses dan kualitas jalan menuju objek wisata Pantai Balekambang perlu ditingkatkan. Selain itu, promosi dan publikasi untuk pantai Balekambang harus ditingkatkan, sehingga walaupun jarak menuju pantai Balekambang jauh dari kota Malang, pengunjung ataupun wisatawan tetap akan mengunjunginya karena tertarik dengan pantai Balekambang.
3. Biaya perjalanan menuju obyek wisata Pantai Balekambang berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata ke Pantai Balekambang. Koefisien variabel yang menunjukkan tanda negatif dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi biaya perjalanan menuju obyek wisata Pantai Balekambang akan menurunkan jumlah permintaan wisata ke Pantai Balekambang, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu untuk menekan biaya perjalanan

menuju objek wisata Pantai Balekambang, maka kemudahan akses dan kualitas jalan menuju objek wisata Pantai Balekambang perlu ditingkatkan.

4. Nilai ekonomi wisata Pantai Balekambang dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp. 692.880.664.515 per tahun. Apabila nilai ini dibandingkan dengan penerimaan yang diperoleh pengelola hanya dari penerimaan tiket atau karcis masuk sebesar Rp. 11.000 per orang per kunjungan, maka dapat dihitung besarnya pendapatan yang diperoleh dari obyek wisata Pantai Balekambang adalah sebesar Rp. 3.157.539.000 per tahun. Besaran nilai ini hanya 0,46 % dari nilai total ekonomi obyek wisata Pantai Balekambang. Untuk bisa meningkatkan pendapatan yang diperoleh maka diperlukan pembenahan pada seluruh aspek, mulai dari aspek internal lokasi obyek wisata seperti akses jalan dalam menuju lokasi, strategi publikasi dan dukungan masyarakat setempat.. Oleh karena itu pembenahan harus segera dilakukan oleh pengelola obyek wisata dalam hal ini perusahaan daerah (PD) Jasa Yasa. Pembenahan yang dilakukan akan jauh lebih berarti jika melibatkan seluruh pihak mulai dari masyarakat setempat, akademisi, pengusaha jasa pariwisata, dinas terkait dan media massa.

DAFTAR PUSTAKA

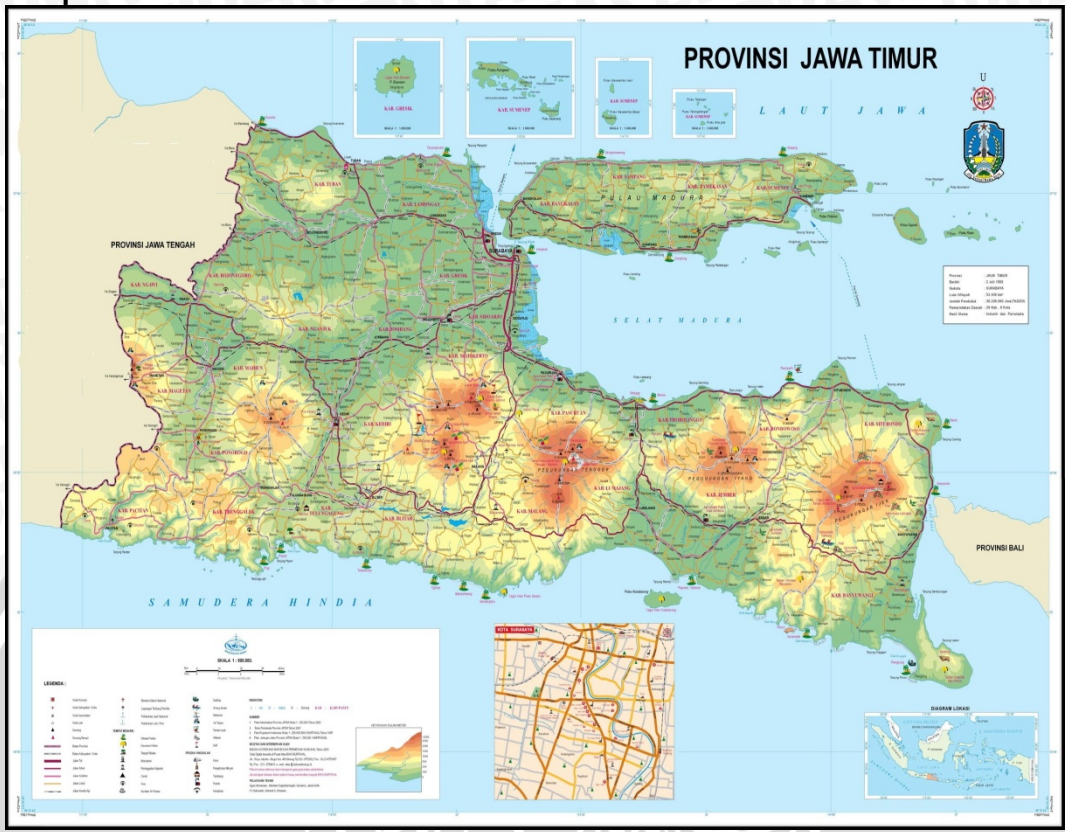
- Ariyanto, 2005. Ekonomi Pariwisata. Jakarta : http://www.geocities.com/ariyanto_eks79/home.htm. Diakses pada tanggal 24 Desember 2009.
- Dijiono. 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wisata Wan AbdulRahman, Propinsi Lampung*. Makalah Pengantar Falsafah Sains (**PPS702**). http://rudict.tripod.com/sem023/adnan_wantasem.htm.
- Dumairy. 2003. Matematika Terapan Untuk Bisnis dan Ekonomi. BPFE: Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2005. Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. 2003. Ekonometrika Dasar. Erlangga: Jakarta. Terjemahan. Sumarno Zain.
- Hufscmidt, M.M., et al. 1987. Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan. Terjemahan. UGM Press.
- McEachern, W. 2001. Ekonomi Mikro. Salemba Empat. Jakarta. Terjemahan. Sigit Triandaru.
- Mulyana, I, 2009. Pasar Pariwisata. Ciamis : Pada <http://www.wisataciamis.com/2009/06/pasara-pariwisata>.html. diakses pada tanggal 24 Desember 2009.
- Nasution S, 1987. Metode Research, Jemmars : Bandung
- Pearce, D.W. dan R.K. Turner. 1990. Economics of Natural Resources and The Environment. Harvester Wheatsheaf.
- Pindyck, dan Rubinfeld. 2003. Mikroekonomi. Jakarta Indeks.
- Pitana, I.G. 2005. Sosiologi Pariwisata, Kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset
- Pomeroy, R.S. 1992. Economic Valuation: Available Methods dalam Chua T.E. dan L.F. Scura. Integrative Framework and Methods for Coastal Area Management Association of Southeast Asian Nation/United states Coastal Resources Management Project.
- Purwanto, A. 1998. *Valuasi Ekonomi Wana Wisata Taman Hutan Raya Juanda dengan Menggunakan Pendekatan Trvel Cost*. Tesis Program Pascasarjana ITB, Bandung.
- Sahlan. 2008. *Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Biaya Perjalanan*. Skripsi Program Sarjana Universitas Mataram.

- Salma, Irma Afia dan Indah Susilowati. 2004. *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. Jurnal Dinamika Pembangunan, **Vol1**(No. 2/Des 2004).
- Samuelson dan Norghaus. 1998. *Economics*. Mc. Grow Hill.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba empat.
- Sevilla, C.G. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : UI Press.
- Sinclair, dan Stabler. 1997. *Economics of Tourism*. Rout Ledge:London.
- Spillane, J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*.Yogyakarta : Kanisius.
- Suparmoko dan Maria. 2000. *Ekonomika Lingkungan*. Edisi Pertama. BPFE-Yogyakarta.
- Suwantoro, G. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta:ANDI
- Tnunay, T. 1996. *Potensi Wisata Jawa Tengah Berwawasan lingkungan*.Klaten : Sahabat.
- Utama, I.G. 2009. *Materi Ujian Komprehensif Manajemen BisnisPariwisata*. <http://bahankuliah.wordpress.com/2009/06/10/materi-ujiankomprehensif-manajemen-bisnis-pariwisata/>. Diakses Tanggal 24 September 2009.
- Yoeti, O.A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Zaenal, S. 2006. *"Analisis Permintaan Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng"*.Skripsi Tidak Dipublikasikan, Universitas Diponegoro Semarang.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Provinsi Jawa Timur



Lampiran 2. Peta Kabupaten Malang



Lampiran 3. Obyek Wisata Pantai Balekambang



Gambar 7. Pintu gerbang Pantai Balekambang



Gambar 8. Pura di Pantai Balekambang



Gambar 9. Suasana Pantai Balekambang



Gambar 10. Suasana Pantai Balekambang



Gambar 11. Suasana Pantai Balekambang



Gambar 12. Suasana Pantai Balekambang



Gambar 13. Suasana Pantai Balekambang



Gambar 14. Suasana Pantai Balekambang Tampak Atas



Gambar 15. Keunggulan Pantai Balekambang



Gambar 16. Suasana Pantai Balekambang



Gambar 17. Wawancara dengan responden



Gambar 18. Toko Cendramata



Gambar 19. Tempat Parkir Pantai Balekambang



Gambar 20. Tempat Penginapan di Pantai Balekambang



Gambar 21. Penginapan di Pantai Balekambang



Gambar 22. Kondisi Jalan Menuju Pantai Balekambang

LAMPIRAN 4.
Hasil Kolmogrov - Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Biaya Perjalanan Pantai Kembali	Biaya Perjalanan Semau	Umur	Keperawatan	Keperawatan	Jarak Perjalanan	Keperawatan	Tahun
N	43	43	43	43	43	43	43	43
Normal Parameters	Mean = 4267,44	Mean = 3912,56	Mean = 33,40	Mean = 51,163	Mean = 906,98	Mean = 68,23	Mean = 3,44	Mean = 3,14
	Std. Deviation = 257,545	Std. Deviation = 400,380	Std. Deviation = 3,124	Std. Deviation = 6,7016	Std. Deviation = 272,53	Std. Deviation = 8,635	Std. Deviation = 1,098	Std. Deviation = 2,111
Most Extreme Absolute Differences	Positive = ,193	Positive = ,139	Positive = ,119	Positive = ,186	Positive = ,196	Positive = ,189	Positive = ,183	Positive = ,178
	Negative = -,160	Negative = -,073	Negative = -,081	Negative = -,163	Negative = -,196	Negative = -,109	Negative = -,183	Negative = -,155
Kolmogorov-Smirnov Z	1,263	,911	,780	1,218	1,284	1,239	1,199	1,164
Asymp. Sig. (2-tailed)	,082	,378	,576	,103	,074	,093	,113	,133

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



LAMPIRAN 5.
Hasil Regresi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan
Pengunjung Pantai Balekambang

Descriptive Statistics

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Intensitas Kunjungan 1 Tahun	3,14	2,111	43
TC1_Ln	11,5387	,73593	43
TC2_Ln	12,2687	,32208	43
Umur	33,40	13,124	43
Pendidikan Terakhir	4,12	2,342	43
Waktu Kerja	251,163	76,7016	43
PD_Ln	14,0648	1,03750	43
Jarak	68,23	38,635	43
Pengalaman Berkunjung	3,44	1,098	43

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengalaman Berkunjung, Pendidikan Terakhir, Waktu Kerja, TC2_Ln, Umur, TC1_Ln, PD_Ln, Jarak		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					Change	df1	df2	g. F Change		
1	,883 ^a	,780	,729	1,100	,780	15,090	8	34	,000	2,228

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Berkunjung, Pendidikan Terakhir, Waktu Kerja, TC2_Ln,

b. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	146,034	8	18,254	15,090	,000 ^a
	Residual	41,129	34	1,210		
	Total	187,163	42			

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Berkunjung, Pendidikan Terakhir, Waktu Kerja, TC2_Ln, Umur, TC1_Ln, PD_Ln, Jarak

b. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8,915	7,979		-1,117	,272		
	TC1_Ln	-,431	,346	-,150	-1,244	,222	,444	2,255
	TC2_Ln	1,351	,642	,206	2,105	,043	,674	1,485
	Umur	-,041	,016	-,257	-2,575	,015	,648	1,543
	Pendidikan Terakhir	-,108	,092	-,120	-1,170	,250	,614	1,629
	Waktu Kerja	-,002	,002	-,083	-,939	,354	,829	1,206
	PD_Ln	,396	,228	,195	1,741	,091	,516	1,938
	Jarak	-,042	,007	-,776	-5,686	,000	,347	2,883
	Pengalaman Berkunj	,048	,213	,025	,225	,824	,529	1,892

a. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun



Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-,37	6,88	3,14	1,865	43
Std. Predicted Value	-1,883	2,007	,000	1,000	43
Standard Error of Predicted Value	,291	,856	,492	,108	43
Adjusted Predicted Value	-1,14	6,84	3,14	1,896	43
Residual	-1,809	2,297	,000	,990	43
Std. Residual	-1,645	2,089	,000	,900	43
Stud. Residual	-1,875	2,366	,000	1,018	43
Deleted Residual	-2,866	2,946	-,001	1,280	43
Stud. Deleted Residual	-1,951	2,550	,002	1,043	43
Mahal. Distance	1,956	24,456	7,814	4,163	43
Cook's Distance	,000	,363	,035	,064	43
Centered Leverage Value	,047	,582	,186	,099	43

a. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun



LAMPIRAN 6.

Hasil Regresi Untuk Memperoleh Fungsi Permintaan Perhitungan Surplus Konsumen

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Perjalanan Pantai Balekambang	43	15000	664000	34267,44	115257,545
Intensitas Kunjungan 1 Tahun	43	1	7	3,14	2,111
Valid N (listwise)	43				

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Perjalanan Pantai Balekambang	.	Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,476 ^a	,227	,208	1,879	2,057

- a. Predictors: (Constant), Biaya Perjalanan Pantai Balekambang
- b. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,310	,443		9,730	,000
	Biaya Perjalanan Pantai Balekambang	8,7E-006	,000	-,476	-3,465	,001

- a. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-1,48	4,18	3,14	1,005	43
Std. Predicted Value	-4,596	1,035	,000	1,000	43
Standard Error of Predicted Value	,287	1,363	,369	,169	43
Adjusted Predicted Value	-4,23	4,04	3,07	1,329	43
Residual	-2,926	4,338	,000	1,857	43
Std. Residual	-1,557	2,308	,000	,988	43
Stud. Residual	-1,588	2,342	,014	1,027	43
Deleted Residual	-3,042	5,231	,065	2,044	43
Stud. Deleted Residual	-1,619	2,486	,022	1,045	43
Mahal. Distance	,002	21,124	,977	3,210	43
Cook's Distance	,000	2,039	,064	,309	43
Centered Leverage Value	,000	,503	,023	,076	43

a. Dependent Variable: Intensitas Kunjungan 1 Tahun



LAMPIRAN 7.**Perhitungan Surplus Konsumen**

Fungsi permintaan diperoleh dari hasil regresi

$$D_x = Q_x = 4,310 - 0,0000087P$$

Dengan jumlah kunjungan rata-rata 2,09 kali dan biaya maksimal sebesar Rp. 664.000,00 (sebagai batas atas) dan biaya perjalanan minimal Rp. 15.000,00 (sebagai batas bawah) maka surplus konsumen (SK) diperoleh sebagai berikut:

$$SK = \int_{15.000}^{664.000} (4,310 - 0,0000087P) dP$$

$$SK = \int_{15.000}^{664.000} (4,310 P - 0,0000087PP) dP$$

$$= 4,310 (664.000) - 0,0000087 (664.000)^2 - 4,310 (15.000) - 0,0000087 (15.000)^2$$

$$= (2.861.840 - 383.579,52) - (64.650 - 195,75)$$

$$= 2.478.260,48 - 64.454,25$$

$$= 2.413.806 \text{ per individu per tahun}$$

$$= 2.279.539 \text{ per individu tiap 1 kali kunjungan}$$

$$\text{Nilai Total Ekonomi} = \text{Surplus Konsumen} \times \text{Jumlah Kunjungan tahun 2011}$$

$$= 2.413.806 \times 287.049$$

$$= 692.880.664.515 \text{ per tahun}$$

