

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Wisata Bahari Lamongan (WBL)

Salah satu objek wisata yang paling terkenal dan paling diminati oleh masyarakat di Daerah Jawa Timur adalah Wisata Bahari Lamongan (WBL). Pada objek Wisata Bahari Lamongan (WBL) mengukung perpaduan atau gabungan antara konsep *theme park* dengan wisata bahari, konsep tersebut menghasilkan sebuah objek wisata yang sangat menarik wisatawan. Dengan mengukung ikon awal objek wisata yang sudah ada sebelumnya yaitu Tanjung Kodok, Menara Ru'yat, dan juga Pantai Pasir Putih yang mempunyai ombak tenang khas pantai utara. Objek wisata tersebut kemudian dibangun kembali dan dikelola oleh perusahaan swasta PT Bumi Lamongan Sejati pada tahun 2004 untuk dijadikan obyek wisata yang ada sampai sekarang ini.

Objek Wisata Bahari Lamongan terletak di Desa Paciran, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Wisata Bahari Lamongan dapat ditempuh dari pusat Kota Lamongan dengan waktu $\pm 45 - 60$ menit dengan jarak ± 42 kilometer, sedangkan jarak dari pusat Kota Tuban dan Kota Gresik antara $\pm 30 - 50$ kilometer dengan waktu tempuh antara $\pm 40 - 65$ menit dengan kendaraan bermotor. Akses jalan menuju Wisata Bahari Lamongan terbilang sangat mudah karena jalan sudah beraspal dan merupakan jalur utama transportasi Pantai Utara (Pantura) yang mempunyai arus lalu lintas cukup padat yang didominasi oleh kendaraan besar pengangkut barang dan penumpang. Kawasan Wisata Bahari Lamongan memiliki luas areal sebesar 11 hektar dengan 48 fasilitas dan wahana gratis yang termasuk dalam tiket masuk/terusan serta 28 fasilitas dan wahana berbayar yang tidak termasuk dalam tiket masuk/terusan.

Objek Wisata Bahari Lamongan mempunyai daya tarik diantaranya adalah Tanjung Kodok, Tanjung Kodok adalah daratan yang menjorok ke laut dan mempunyai batu diujung tanjungnya yang berbentuk kodok, keindahan Tanjung Kodok dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 1. Tanjung Kodok

Daya tarik Wisata Bahari Lamongan yang selanjutnya yaitu Menara Rukyat, Menara Ru'yat adalah menara yang berfungsi sebagai tempat untuk membantu melihat hilal pada hari-hari besar Islam, lokasi Menara Ru'yat ini bersebelahan dengan Tanjung Kodok. Menara Ru'yat yang berada pada Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada Gambar 5.







Gambar 2. Menara Ru'yat

Daya tarik yang terakhir dan yang paling utama yaitu wisata bahari dan fasilitas yang ada dan wahana permainan yang telah dibangun oleh PT. Bumi Lamongan Sejati. Wisata bahari yang disajikan di Wisata Bahari Lamongan diantaranya dapat dilihat pada tabel 5.



Tabel 1. Fasilitas Wisata Bahari di Objek Wisata Bahari Lamongan

No	Fasilitas Wisata Bahari	Keterangan	Gambar
1.	Sea Water Sliding	Perosotan yang langsung mengarah ke laut	
2.	Playground Pasir	Tempat bermain permainan pantai/pasir	

Lanjutan Tabel 5. Fasilitas Wisata Bahari di Objek Wisata Bahari Lamongan.

3.	Kano	perahu kecil dan sempit, yang digerakkan dengan dayung	
4.	Sepeda Air	Sepeda kayuh yang bergerak diatas air	
5.	Ski Boat	Kapal kecil berbentuk sepeda yang berkecepatan tinggi	
6.	Banana Boat	Kapal balon berbentuk pisang yang ditarik dengan kapal motor	

Lanjutan Tabel 5. Fasilitas Wisata Bahari di Objek Wisata Bahari Lamongan.

7.	Aqua Shuttle Boat	Kapal dari balon yang ditarik dengan kapal motor	
8.	King Donut Boat	Kapal dari balon berbentuk donat yang ditarik dengan kapal motor	
9.	Gazebo Pantai	Tempat berkumpul atau beristirahat yang ada dipinggir pantai	

Dapat dilihat bahwa banyak permainan dan fasilitas wisata bahari yang ada pada Wisata Bahari Lamongan. Pada objek Wisata Bahari Lamongan juga terdapat banyak fasilitas wahana permainan, fasilitas wahana permainan yang disajikan di Wisata Bahari Lamongan diantaranya dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 2. Fasilitas Wahana Permainan di Objek Wisata Bahari Lamongan

No	Wahana Permainan	No	Wahana Permainan
1	Balok Apung	21	Goa Insectarium
2	3D Art Trick	22	Planet Kaca
3	Crazy Wheel	23	Tembak Ikan
4	Speed Flip	24	Taman Berburu
5	Ranger	25	Sarang Bajak Laut
6	Drop Zone	26	Bumper Car
7	Istana Boneka	27	Permainan Air
8	Crazy Car Coaster	28	Rodeo
9	Taman Satwa Kijang	29	Bioskop Desperado
10	Paus Dangdut	30	Galeri Kapal dan Kerang
11	Tagada	31	Rumah Kucing
12	Jet Coaster	32	Area Panahan
13	Space Shuttle	33	Arena Foto Cowboy
14	Kolam Renang Anak dan Dewasa	34	Kereta Andong
15	Anjungan Wali Songo	35	Arena Ketangkasan
16	Bioskop 3 Dimensi	36	Flying fox
17	Rumah Sakit Hantu	37	Go-Kart
18	Rotary Coaster	38	ATV
19	Istana Bawah Laut	39	Passer
20	Motor Cross	40	Onta tunggang

Untuk keterangan gambar dari tabel diatas dapat dilihat pada lampiran 5. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa fasilitas wahana permainan adalah fasilitas yang paling banyak pada objek Wisata Bahari Lamongan. Selain fasilitas wisata bahari dan wahana permainan, fasilitas umum merupakan fasilitas yang paling penting dan tidak dapat dipisahkan dari suatu lokasi objek wisata. Fasilitas umum yang terdapat pada objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada tabel 7.





Tabel 3. Fasilitas Umum di Objek Wisata Bahari Lamongan

No	Fasilitas Umum	Keterangan	Gambar
1.	Tempat parkir	Tempat parkir kendaraan yang dibawa pengunjung, berada didepan pintu masuk wisata	
2.	Food Court	Tempat makan untuk pengunjung yang tersebar di area wisata	
3.	Kafe	Tempat pengunjung untuk santai dan beristirahat, terletak di dekat pantai	

Lanjutan Tabel 7. Fasilitas Umum di Objek Wisata Bahari Lamongan.

4.	Toilet	Tempat pengunjung untuk buang air, jumlahnya sangat banyak dan tersebar di area wisata	
5.	Toko Souvenir	Toko yang menyediakan souvenir dari objek wisata	
6.	Pasar Buah dan Ikan	Pasar yang menyediakan buah, ikan dan oleh-oleh khas dari kabupaten lamongan	
7.	Panggung Gembira	Panggung yang digunakan untuk acara yang diadakan oleh objek wisata	

Lanjutan Tabel 7. Fasilitas Umum di Objek Wisata Bahari Lamongan.

8.	Pos Polisi	Pos atau tempat penjaga keamanan atau polisi berjaga	
9.	Pusat Informasi dan Penitipan Barang	Tempat pusat informasi untuk bertanya dan penitipan barang	
10.	Klinik	Klinik yang ditujukan untuk pengunjung objek wisata	
11.	Posko Kesehatan	Tempat pemeriksaan dan penanganan kesehatan yang ada di objek wisata	

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa objek Wisata Bahari Lamongan memiliki fasilitas umum yang memadai dengan kondisi yang sangat baik.

5.2 Karakteristik Responden

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

5.2.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan sampel yang diambil dalam penelitian yaitu sebanyak 48 responden diperoleh responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 21 orang, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebesar 27 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan wisata merupakan kebutuhan semua orang tanpa membedakan jenis kelamin maupun lainnya. Jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	21	43,75%
Perempuan	27	56,25%
Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer, 2016

5.2.2 Umur Responden

Umur adalah salah satu karakteristik responden yang sangat penting untuk diketahui, karena umur berkaitan dengan kemampuan fisik responden untuk melakukan kunjungan dan penentu produktifitas responden. Umur juga menjadi salah satu faktor yang berhubungan dengan penentuan pola pikir seseorang dalam pengambilan keputusan untuk menentukan jenis barang dan jasa yang akan

dikonsumsi, termasuk keputusan untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatannya yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat. Jadi secara tidak langsung umur akan turut mempengaruhi terhadap besarnya permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan di objek Wisata Bahari Lamongan, diperoleh informasi bahwa terdapat berbagai macam umur responden, akan tetapi umur tersebut tetap termasuk dalam golongan pengunjung usia produktif yaitu antara 15 tahun sampai 64 tahun. Untuk lebih jelasnya informasi mengenai identitas responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada

Tabel 9.

Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Umur
Sumber: Data Primer 2016

No	Kategori Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	< 18	2	4,15%
2.	18 – 25	30	62,5%
3.	26 – 35	14	29,2%
4.	> 35	2	4,15%
Jumlah		48	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang paling banyak pada kelompok umur 18 tahun sampai 25 tahun yaitu sebanyak 62,5 persen atau 30 orang, dengan responden berusia dibawah 18 tahun sebanyak 4,15 persen atau 2 orang, kelompok responden berusia 26 tahun sampai 35 tahun sebanyak 29,2 persen atau 14 orang dan responden berusia diatas 35 tahun sebanyak 4,15 persen atau 2 orang. Dari informasi mengenai karakteristik responden berdasarkan kelompok umur yang didapatkan pada saat dilapang, menunjukkan bahwa wisawatan yang berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan didominasi oleh wisawatan pada usia produktif. Hal ini menunjukkan bahwa objek Wisata Bahari Lamongan berpotensi sebagai tempat yang menjadi tujuan wisata bagi wisawatan yang berusia produktif karena menjadi konsumen yang sangat berpotensi bagi keberadaan kawasan wisata.

5.2.3 Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi beberapa pemahaman tentang suatu hal, contohnya tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan berpengaruh terhadap kebutuhan psikologis dan rasa ingin tahu tentang suatu objek wisata dibandingkan dengan seseorang yang tingkat pendidikannya rendah. Selain itu tingkat pendidikan juga mempengaruhi seseorang terhadap jenis pekerjaan yang dimiliki, dan pendapatan yang akan diterima oleh wisatawan. Jika pendapatannya tinggi maka seseorang mungkin akan mengalokasikan dan menentukan konsumsi barang dan jasa yang akan dibeli dan dinikmatinya seperti jasa untuk berwisata misalnya. Untuk melihat lebih jelas tentang tingkat pendidikan terakhir pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 6. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	SMP	8	16,7%
2.	SMA	32	66,6%
3.	S1	8	16,7%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa, jumlah responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 66,6 persen atau 32 orang. Hal ini menunjukkan bahwa objek Wisata Bahari Lamongan memang cocok untuk dijadikan tujuan wisata utama di Provinsi Jawa Timur, khususnya Kabupaten Lamongan. Mayoritas dari pengunjung memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi yaitu SMA hingga perguruan tinggi. Hal ini membuktikan bahwa objek Wisata Bahari Lamongan diminati oleh masyarakat dengan latar belakang pendidikan yang tinggi. Maka dari itu, hal ini akan mempengaruhi pola pikir pengunjung jika semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka pengunjung akan semakin paham terhadap hal-hal yang akan menjaga keberlanjutan suatu objek pariwisata dan meminimalisir

kerusakan akibat pengunjung objek wisata itu sendiri sehingga keberadaan dari objek Wisata Bahari Lamongan dapat terus terjaga. Terkait dengan karakteristik tingkat pendidikan pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan, pengelola sebaiknya dapat menambahkan beberapa fasilitas yang menjadi hal penting dalam sebuah kawasan wisata, seperti memperluas tempat parkir dan petunjuk atau peringatan yang mudah dipahami oleh wisatawan, sehingga pemanfaatan lokasi dapat lebih terarah dan terkelola dengan lebih baik lagi.

5.2.4 Pekerja Responden

Pekerjaan seseorang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pengambilan sebuah keputusan. Demikian juga dalam pemeliharaan lokasi untuk berwisata, pekerjaan wisatawan yang akan berlibur berpengaruh dalam menentukan tujuan wisata yang akan dinikmatinya. Deskripsi responden menurut pekerjaannya dijelaskan pada Tabel 11.

Tabel 7. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	26	54,2%
2	Wirausaha	10	20,8%
3	Pegawai/Karyawan	9	18,7%
4	Ibu rumah tangga	3	6,3%
	Jumlah	48	100

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa beragamnya jenis pekerjaan wisatawan objek Wisata Bahari Lamongan. Pekerjaan responden pada penelitian mayoritas adalah mahasiswa sebesar 54,2 persen atau 26 orang, Wirausaha sebesar 20,8 persen atau 10 orang, lalu Pegawai/Karyawan sebesar 18,7 persen atau 9 orang dan Ibu rumah tangga sebesar 6,3 persen atau 3 orang. Hal ini dapat diduga sebagai penyebab mengapa objek Wisata Bahari Lamongan pada hari Sabtu dan Minggu selalu ramai, karena pengunjung yang datang memanfaatkan hari libur sekolah atau libur kerja Sabtu dan Minggu untuk melakukan rekreasi.

5.2.5 Jarak Menuju Wisata Bahari Lamongan

Jarak yang ditempuh pengunjung untuk mengunjungi objek Wisata Bahari Lamongan dengan jarak terdekat 10 km dan jarak terjauh 575 km. Deskripsi mengenai jarak dari tempat tinggal responden terhadap objek Wisata Bahari Lamongan ditunjukkan pada Tabel 12.

Tabel 8. Identitas Responden Berdasarkan Jarak Tempuh

No.	Jarak (km)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	< 50	14	29,2%
2	51 – 150	20	41,6%
3	151 – 250	11	22,9%
4	> 250	3	6,25%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan berdomisili pada jarak terdekat hingga menengah dengan objek Wisata Bahari Lamongan yaitu dikisaran jarak 51 – 150 km dengan total responden 41,6 persen atau 20 orang, dapat dijelaskan dari tabel diatas sebanyak 14 responden menempuh jarak dibawah 50 km untuk menuju Wisata Bahari Lamongan berasal dari daerah sekitar Wisata Bahari Lamongan, seperti dari Lamongan, Gresik dan Tuban. Sebanyak 41,6 persen atau 20 orang menempuh jarak 51 – 150 km adalah responden yang berasal dari luar Kabupaten Lamongan seperti Surabaya, Bojonegoro, Sidoarjo, Malang, Jombang, Kediri dan Madura. Sebanyak 22,9 persen atau 11 orang menempuh jarak 151 – 250 km didominasi responden yang berasal dari Jawa Timur dan juga Jawa Tengah seperti Blitar, Tulungagung, Jember, Pati, Kudus, dan Jepara. Dan sebanyak 6,25 persen atau 3 orang responden menempuh jarak lebih dari 250 km berasal dari Jawa Timun, Jawa Tengah dan ada juga yang berasal dari Jawa Barat yaitu dari Situbondo, Cilacap dan dari Indramayu. Dengan demikian diketahui bahwa objek Wisata

Bahari Lamongan tidak hanya diminati oleh wisatawan lokal Jawa Timur akan tetapi diminati juga oleh wisatawan yang berasal dari luar Jawa Timur.

5.2.6 Waktu Tempuh Menuju Wisata Bahari Lamongan

Waktu tempuh perjalanan merupakan keseluruhan waktu yang dibutuhkan wisatawan untuk menuju objek Wisata Bahari Lamongan. Waktu tercepat responden untuk sampai ke objek Wisata Bahari Lamongan adalah 45 menit dan waktu perjalanan terlama responden adalah 9 jam. Deskripsi mengenai waktu tempuh responden menuju Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 9. Identitas Responden Berdasarkan Waktu Tempuh

No.	Waktu Tempuh (jam)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	< 2	12	25%
2	2 - 4	24	50%
3	> 4	12	25%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Olahan Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas yang menjelaskan tentang waktu tempuh yang digunakan responden untuk sampai ke objek Wisata Bahari Lamongan didapatkan sebagian besar responden memilik waktu tempuh untuk menuju lokasi pada kisaran waktu 2 - 4 jam atau 120 – 240 menit yaitu sebesar 50 persen atau 24 orang. Waktu tempuh tersebut selaras dengan jarak tempuh responden dimana responden mayoritas berdomisili di luar Kabupaten Lamongan

5.2.7 Lama Kunjungan Responden di Wisata Bahari Lamongan

Lama kunjungan merupakan lama waktu yang dihabiskan wisatawan selama berada di objek Wisata Bahari Lamongan. Lama kunjungan wisatawan terlama yaitu 6 jam dan yang tercepat yaitu selama 2 jam. Deskripsi dari lama kunjungan wisatawan di objek Wisata Bahari Lamongan dijelaskan pada Tabel 14.

Tabel 10. Lama Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Lama Kunjungan (jam)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	2 – 3	8	16,7%
2	4 - 5	37	77,05%
3	6	3	6,25%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden atau wisatawan yang paling banyak menghabiskan waktunya untuk bermain di objek Wisata Bahari Lamongan selama 4-5 jam di lokasi sebesar 77,05 persen atau 37 orang, para pengunjung menyatakan bahwa dengan lama kunjungan selama 4-5 jam di lokasi sudah merasa puas dan terkadang masih ada wahana permainan yang belum dikunjungi.

5.2.8 Pendapatan Perbulan Responden

Pendapatan adalah salah satu faktor terpenting dalam mengambil keputusan yang akan mengeluarkan suatu biaya tertentu. Misalnya keputusan seseorang dalam pemilihan lokasi wisata, pendapatan akan berperan penting dalam hal ini. Semakin besar pendapatan seseorang maka akan semakin teliti untuk menentukan lokasi berwisata. Pada Tabel 15 akan dijelaskan pendapatan wisatawan yang berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan.

Tabel 11. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	100.000 – 1.000.000	27	56,25%
2	1.100.000 – 2.000.000	11	22,9%
3	2.100.000 – 3.500.000	7	14,6%
4	> 3.500.000	3	6,25%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Pendapatan yang dimaksud disini adalah pendapatan pasti yang diterima oleh seseorang dalam satu bulan dan ditambah dengan pendapatan sampingan jika responden memiliki pekerjaan sampingan. Untuk pelajar dan mahasiswa yang belum memiliki pekerjaan maka pendapatan yang dimaksud adalah dalam bentuk uang saku, beasiswa atau pendapatan lainnya yang diterima setiap bulannya.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar memiliki pendapatan yaitu interval Rp. 100.000,- sampai Rp. 1.000.000,- sebanyak 27 orang disebabkan karena rata-rata pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa dan ibu rumah tangga, lalu sebagian besar pada interval Rp. 2.100.000,- sampai Rp. 3.500.000,- sebanyak 7 orang, dan pada interval \geq Rp. 3.500.000 sebanyak 3 responden hal ini disebabkan karena rata-rata pekerjaan responden adalah pegawai dan wirausaha. Hal ini dapat dihubungkan dengan jumlah kunjungan responden ke objek Wisata Bahari Lamongan karena responden termasuk ke dalam golongan menengah ke atas yang biasanya dalam setiap bulan akan mengalokasikan dana untuk berwisata.

5.2.9 Biaya Perjalanan Ke Wisata Bahari Lamongan

Faktor utama dari sebuah rencana berwisata sehingga dapat terwujud adalah dengan adanya biaya perjalanan yang telah diketahui. Komponen yang digunakan dalam menghitung seberapa besar biaya perjalanan yang akan dikeluarkan adalah dengan menghitung komponen-komponen yang sudah umum digunakan dalam biaya perjalanan, dengan mengasumsikan komponen-komponen tersebut dapat mewakili besarnya biaya perjalanan yang akan dikeluarkan oleh seorang wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata untuk satu kali kunjungan. Komponen tersebut adalah biaya transportasi, biaya konsumsi baik di lokasi maupun diperjalanan, biaya dokumentasi, biaya oleh-oleh dan biaya lainnya di dalam kegiatan berwisata. Berikut ini pada Tabel 16 adalah deskripsi

biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan yang berwisata ke objek Wisata Bahari Lamongan.

Tabel 12. Identitas Reseponden Berdasarkan Biaya Perjalanan Ke Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Biaya Perjalanan (Rp)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	50.000 - 200.000	29	60,3%
2	201.000 - 300.000	14	27,2%
3	> 301.000	5	12,5%
	Jumlah	48	100%
Minimum = Rp. 50.000 Maksimum = Rp. 550.000			

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya perjalanan yang paling banyak dikeluarkan oleh wisatawan untuk satu kali kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar Rp. 50.000,- sampai Rp. 200.000,- dikeluarkan oleh 60,3 persen atau 29 responden. Hal ini disebabkan karena tempat tinggal responden yang berada di dekat lokasi Wisata Bahari Lamongan dan menyebabkan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh responden untuk sampai ke objek Wisata Bahari Lamongan tidak terlalu besar.

5.2.10 Jumlah Kunjungan Responden Ke Wisata Bahari Lamongan

Jumlah kunjungan pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan dalam 1 tahun terakhir yaitu jumlah kunjungan minimal sebanyak satu kali dan maksimal sebanyak 3 kali. Deskripsi jumlah kunjungan responden pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 13. Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Wisata Bahari Lamongan

No.	Jumlah Kunjungan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	1 – 2	26	54,2%
2	3	18	41,6%
3	4	4	4,2%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas yang didapatkan pada saat penelitian, sebagian besar pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan menyatakan dalam satu tahun terakhir dan termasuk pada saat penelitian berlangsung, mereka berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan untuk pertama kalinya. Sedangkan bagi responden yang telah berkunjung sebanyak 2 sampai 4 kali adalah pengunjung yang menggemari objek Wisata Bahari Lamongan sebagai tempat berlibur, tidak ada hubungannya dengan jarak tempat tinggal pengunjung yang dekat dengan objek Wisata Bahari Lamongan.

5.2.11 Kelompok Kunjungan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, hasil kuisisioner yang telah dijawab oleh responden menunjukkan bahwa kelompok kunjungan wisatawan ke objek Wisata Bahari Lamongan adalah bersama teman/rombongan. Untuk melihat lebih jelas mengenai kelompok kunjungan responden dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 14. Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Kunjungan

No.	Kelompok Kunjungan	Jumlah Responen (Orang)	Persentase (%)
1	Keluarga	20	41,7%
2	Teman	18	37,5%
3	Rombongan	10	20,8%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas ditunjukkan bahwa jumlah kelompok kunjungan responden paling besar ditunjukkan oleh kelompok kunjungan dengan keluarga sebesar 41,7 persen atau 20 orang.

5.2.12 Jenis Transportasi Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil kuisisioner yang telah diisi oleh pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan mengenai jenis transportasi yang digunakan untuk sampai ke lokasi akan dijelaskan pada Tabel 19.

Tabel 15. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Transportasi

No.	Jenis Alat Transportasi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pribadi	38	79,2%
2	Sewa	10	20,8%
3	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pengunjung yang menggunakan jenis alat transportasi pribadi mempunyai nilai paling besar yaitu 79,2 persen atau 38 orang, responden memilih menggunakan alat transportasi berupa mobil dan sepeda motor pribadi karena mayoritas pengunjung yang datang ke objek Wisata Bahari Lamongan bersama teman atau keluarga dengan jumlah kelompok rata-rata 6 orang.

5.2.13 Fasilitas

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan memiliki penilaian yang berbeda-beda terhadap fasilitas yang tersedia di objek Wisata Bahari Lamongan. Penilaian responden terhadap fasilitas di objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 16. Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Wisata Bahari Lamongan

No.	Fasilitas	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Memadai	46	95,8%
2	Tidak Memadai	2	4,2%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan menjawab dengan predikat memadai. Namun banyak dari responden yang mengeluhkan kurangnya fasilitas area parkir dan tempat makan yang ada di lokasi wisata, tetapi fasilitas yang lainnya dikatakan memadai karena objek Wisata Bahari Lamongan memiliki fasilitas yang lengkap.

5.2.14 Pengalaman Berkunjung Responden

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh informasi bahwa sebagian besar dari pengunjung yang menjadi responden merasa cukup puas dengan pengalamannya berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan. Deskripsi tentang pengalaman berkunjung wisatawan yang menjadi responden ketika penelitian berlangsung dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 17. Pengalaman Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Pengalaman Berkunjung	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Puas	44	91,7%
2	Tidak puas	4	8,3%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Primer 2016

Dari karakteristik responden berdasarkan pengalaman berkunjungnya terlihat bahwa mayoritas pengunjung sebesar 91,7 persen atau 44 orang menilai bahwa tingkat kepuasan dari pengalaman berkunjungnya ke objek Wisata Bahari Lamongan yaitu puas, hal ini disebabkan oleh fasilitas dan pelayanan objek Wisata Bahari Lamongan yang baik sehingga membuat wisatawan merasa nyaman mengunjungi objek Wisata Bahari Lamongan.

5.3 Persepsi Pengunjung

Dalam penelitian ini, persepsi pengunjung merupakan pandangan atau pendapat dari responden mengenai keadaan dan kualitas di lingkungan Wisata Bahari Lamongan dan fasilitas yang disediakan di tempat wisata ini. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas di tempat wisata sehingga mampu bersaing dengan objek wisata di tempat lain dan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan fasilitas di objek Wisata Bahari Lamongan maka perlu melihat persepsi dari pengunjung terkait keadaan lingkungan dan fasilitas yang ada di objek Wisata Bahari Lamongan

5.3.1 Informasi Mengenai Tempat wisata

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pengunjung, sebagian besar dari mereka mengetahui lokasi Wisata Bahari Lamongan dari teman/keluarga. Walaupun promosi dengan cara mulut ke mulut dirasa cukup efektif tetapi hal tersebut menunjukkan bahwa promosi mengenai potensi wisata yang ada di Wisata Bahari Lamongan masih belum dilakukan secara maksimal. Usaha untuk mempromosikan Wisata Bahari Lamongan seharusnya dilakukan lebih gencar dan berkesinambungan. Adapun tabel yang menunjukkan asal informasi mengenai objek Wisata Bahari Lamongan ditunjukkan oleh Tabel 22.

Tabel 18. Asal Informasi Mengenai Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Informasi Tempat Wisata	Jumlah responden	Persentase
1	Banner/Brosur	6	12,6%
2	Teman/Keluarga	33	68,7%
3	Internet/Sosial Media	2	4,1%
4	Televisi	2	4,1%
5	Lainnya	5	10,5%
	Jumlah	48	100%

Sumber : Data Primer 2016

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa informasi tempat wisata yang didapatkan oleh responden paling banyak melalui teman atau keluarga yaitu sebesar 68,7 % atau 33 orang, sedangkan yang paling sedikit adalah melalui media televisi dan internet/sosial media yaitu sebesar 4,1% atau hanya 2 orang.

5.3.2 Motivasi Kunjungan

Setiap pengunjung yang mendatangi lokasi wisata alam mempunyai motivasi yang berbeda. Hal tersebut juga dapat disebabkan oleh fasilitas dan potensi wisata yang ada di tempat tersebut. Pada objek Wisata Bahari Lamongan

terdapat berbagai macam kegiatan dan fasilitas yang dapat digunakan seperti melakukan kegiatan wisata bahari, bermain wahana permainan. Pemandangan alam di objek Wisata Bahari Lamongan juga sangat indah dan memiliki kualitas udara yang bersih dan segar sehingga menjadikan tempat wisata ini sebagai tempat *refreshing* dan sebagai objek yang bagus untuk kegiatan fotografi.

Berbagai motivasi para pengunjung terhadap objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada tabel 23.

Tabel 19. Motivasi Kunjungan Terhadap Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Motivasi Kunjungan Responden	Jumlah Responden	Persentase
1	Piknik/kumpul keluarga	17	35,4%
2	Pendidikan dan penelitian	0	0%
3	<i>Refreshing</i>	31	64,6%
4	Lainnya	0	0%
	Jumlah	48	100%

Sumber : Data Primer 2016

Hasil pada tabel 23 menunjukkan motivasi pengunjung yang datang untuk mengunjungi objek Wisata Bahari Lamongan paling banyak bertujuan untuk *Refreshing* yaitu sebesar 64,6% atau 31 orang dan motivasi pengunjung yang akan piknik/kumpul keluarga maupun kegiatan lainnya hanya sebesar 35,4% atau masing-masing mewakili 17 orang. Dengan adanya motivasi dari para pengunjung maka perlu ditambahkan sesuai dengan permintaan wisata yang ada di Wisata Bahari Lamongan dengan tetap tidak merusak lingkungan dan fasilitas yang ada.

5.3.4 Persepsi Pengunjung Mengenai Keamanan

Sebagai tempat wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan, aspek keamanan harus sangat diperhatikan. Keamanan pada penelitian ini sudah bisa dikatakan aman baik dari segi kecelakaan fisik karena objek Wisata Bahari

Lamongan mengutamakan keamanan dan keselamatan pengunjung disaat menaiki wahana permainan maupun disaat melakukan wisata bahari. Persepsi pengunjung terhadap keamanan objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada tabel 24.

Tabel 20. Persepsi Pengunjung Terhadap Keamanan Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Keamanan Tempat Wisata	Jumlah Responden	Persentase
1	Aman	48	100%
2	Tidak aman	0	0
	Jumlah	48	100%

Sumber : Data Diolah 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat keamanan di objek Wisata Bahari Lamongan memiliki tingkat keamanan yang sangat baik yaitu sebesar 100% atau sebanyak 48 orang. Hal ini disebabkan karena penjagaan baik di tempat parkir, penjagaan di kolam renang dan pantai, sistem pengamanan wahana permainan yang telah distandarisasi, dan satpam atau keamanan yang berjaga di beberapa titik di area objek Wisata Bahari Lamongan, sehingga keamanan bagi para pengunjung telah dilakukan dengan baik.

5.3.5 Persepsi Pengunjung Mengenai Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam manajemen pariwisata sangatlah penting. Keadaan jalan menuju lokasi wisata dapat mempengaruhi seseorang untuk berkenjung. Semakin baik dan mudah akses yang diberikan maka akan menarik seseorang untuk berkenjung kembali, demikian pula sebaliknya. Akses jalan menuju objek Wisata Bahari Lamongan sangat mudah dikarenakan lokasi objek Wisata Bahari Lamongan terletak di jalur lintas utara atau pantura. Persepsi pengunjung

mengenai aksesibilitas menuju objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada tabel 25.

Tabel 21. Aksesibilitas Menuju Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Aksesibilitas	Jumlah Responden	Persentase
1	Mudah	47	97,9%
2	Sulit	1	2,1%
	Jumlah	48	100%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat responden yang menyebutkan aksesibilitas di objek Wisata Bahari Lamongan mudah adalah sebesar 97,9% atau 47 orang dan hanya 2,1% atau sebanyak 1 orang yang mengatakan akses menuju objek Wisata Bahari Lamongan sulit. Dengan hasil tabel tersebut diketahui bahwa akses menuju objek Wisata Bahari Lamongan terbilang mudah.

5.3.5 Persepsi Pengunjung Mengenai Kebersihan

Objek Wisata Bahari Lamongan merupakan lokasi wisata yang ramai di kunjungi oleh wisatawan, sehingga selain memberikan dampak positif juga dapat memberikan dampak negatif. Maka dari itu kebersihan di objek Wisata Bahari Lamongan harus selalu menjadi perhatian penting. Persepsi pengunjung terhadap kebersihan di objek Wisata Bahari Lamongan dapat dilihat pada tabel 26.

Tabel 22. Kebersihan Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Kebersihan	Jumlah Responden	Persentase
1	Bersih	45	93,75%
2	Kurang Bersih	3	6,25%
	Jumlah	48	100%

Sumber : Data Diolah 2016

Hasil dari tabel di atas terlihat sebanyak 93,75% atau 45 orang mengatakan bahwa objek Wisata Bahari Lamongan sudah cukup bersih, sedangkan hanya 4,25% atau 3 orang mengatakan kebersihan di objek Wisata Bahari Lamongan masih kurang. Hal ini karena di objek Wisata Bahari Lamongan banyak ditematkannya tempat sampah sebagai sarana kebersihan dan banyaknya petugas kebersihan yang selalu bertugas sehingga kebersihan di objek Wisata Bahari Lamongan selalu tetap Terjaga.

5.4 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kunjungan Ke Objek Wisata Bahari Lamongan

5.4.1 Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis linier berganda, uji asumsi klasik dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria yang ada di ekonometrika, dengan artian tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam metode *Ordinary Least Square* (OLS). Ada enam asumsi yang diperlukan dalam penaksiran yaitu rata-rata kesalahan pengganggu ϵ tidak ada, kesalahan pengganggu terdistribusi dengan normal, kesalahan pengganggu tidak berkolerasi dengan variabel terikat (jumlah permintaan kunjungan), tidak ada autokorelasi antar gangguan ϵ , tidak ada multikolinearitas dan varian kesalahan pengganggu tetap atau homokedastisitas (tidak terjadi Heterokedastisitas). Oleh sebab itu perlu dilakukannya uji asumsi klasik dimana pengujiannya sebagai berikut:

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan

mengandung gejala multikolinearitas (Suliyanto, 2011). Salah satu cara untuk menguji gejala multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Gujarati, 2003). Jika nilai VIF < 10, maka model dinyatakan tidak mengandung multikolinearitas dan jika nilai *tolerance* sama dengan 1, maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut (Ghozali, 2011). Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS 16 for Windows diperoleh hasil uji multikolinearitas yang dapat dilihat pada Tabel 27.

Tabel 23. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
(constant)		
X1 (total biaya perjalanan)	.714	1.401
X2 (tingkat pendidikan)	.799	1.252
X3 (tingkat Pendapatan)	.883	1.132
X4 (jarak)	.720	1.388
X5 (umur)	.875	1.142
X6 (aksesibilitas)	.948	1.055
X7 (kebersihan)	.953	1.049
X8 (fasilitas)	.876	1.142

Sumber : Data Diolah, 2016

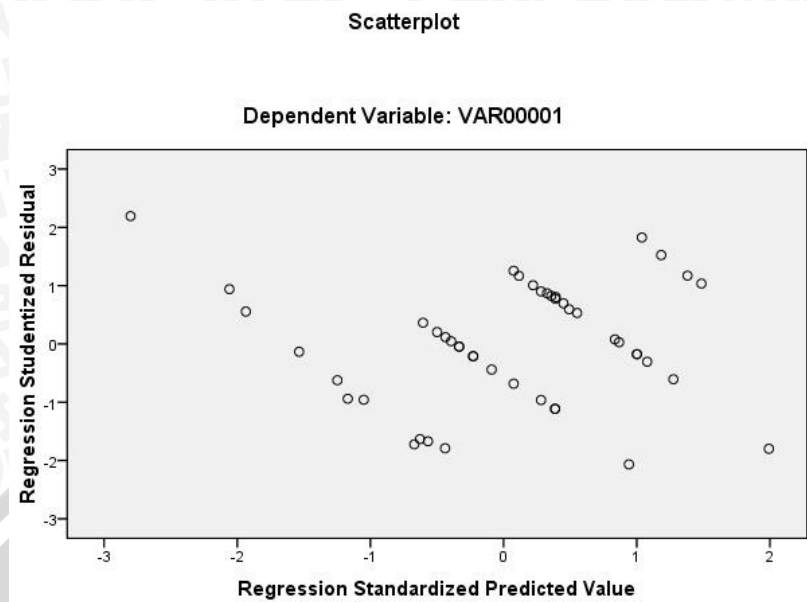
Berdasarkan pada Tabel 27 dapat disimpulkan bahwa semua nilai dari VIF < 10 dan nilai dari *tolerance* > 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak, umur, aksesibilitas, Kebersihan, dan fasilitas tidak mengalami multikolinearitas. Artinya variabel-variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak, umur, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas tidak mempengaruhi variabel bebas satu sama lain, melainkan variabel bebas

mempengaruhi variabel terikat yaitu jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu dengan menggunakan *Uji Park*, *Uji Glejser*, dan *Uji White*, selain itu uji heterokedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik scatterplot (Ghozali, 2011).

Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode grafik *scatterplot* dan *Uji Glejser* yang diperoleh dari analisa menggunakan pengujian regresi program SPSS 16 for Windows, jika penyebaran membentuk satu pola tertentu maka hal tersebut dapat diartikan telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak ada pola tertentu maka dapat diartikan tidak terjadinya heterokedastisitas dalam model tersebut atau bisa disebut dengan homokedastisitas. Untuk mendapatkan hasil yang lebih pasti, maka dalam penelitian ini menggunakan *Uji Glejser* untuk melihat apakah dalam model terjadi heterokedastisitas atau tidak, hasil tersebut dapat dilihat pada tabel sig, jika setiap variabel memiliki nilai $> 0,05$ maka model dapat diartikan tidak terjadinya heterokedastisitas (Ghozali, 2011). Hasil dari analisa program SPSS 16 for Windows untuk grafik *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 3. grafik *scatterplot*

Sumber : Analisa Data, 2016

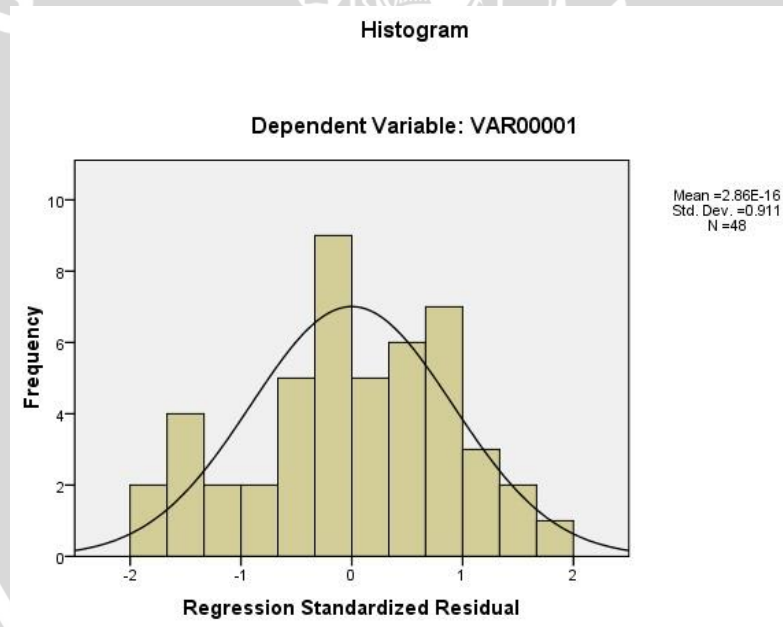
Berdasarkan grafik Scatterplot pada Gambar 6, dapat diketahui bahwa titik – titik pada grafik menyebar rata dan menjauhi garis nol, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan memiliki sifat homoskedastisitas dan lolos uji heteroskedastiditas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi dengan sebagian besar nilainya mendekati rata-rata. Nilai residual yang terstandarisasi dan berdistribusi dengan normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga (Suliyanto, 2011). Sedangkan cara yang lain untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak dengan cara menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu dengan melihat nilai *Asymp. Sig*, apabila nilainya >

0,05 dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal (Ghozali, 2011).

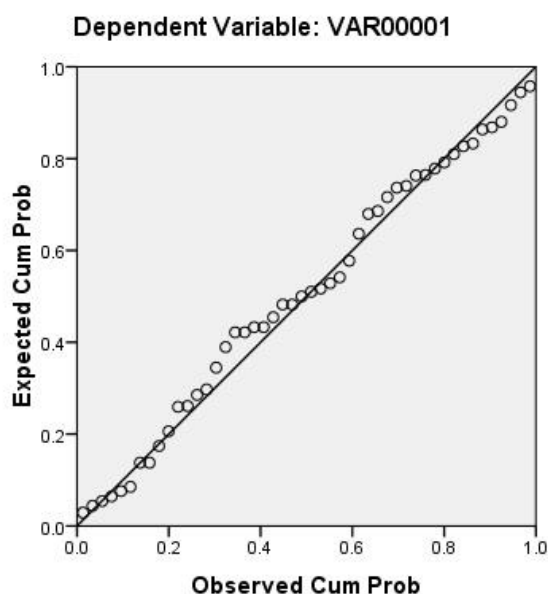
Pada analisis ini dapat diketahui apakah data yang diperoleh dari hasil penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini pengujian untuk uji normalitas menggunakan grafik histogram, yaitu dengan ketentuan bahwa kurva dari histogram membentuk seperti lonceng atau genta (*bell-shape*), dengan demikian data dapat dikatakan terdistribusi secara normal dan dapat dilihat pada Gambar 4. Selain menggunakan grafik histogram uji normalitas juga dapat dilihat menggunakan grafik *normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* yaitu jika data plot berada pada sekitar atau mendekati garis diagonal maka data dapat dikatakan terdistribusi secara normal seperti Gambar 7.



Gambar 4. Grafik Histogram antara Variabel Terikat dengan Variabel Bebas

Sumber : Analisa Data, 2016

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 5. Grafik *Normal P-P Plot* antara Variabel Terikat dengan Variabel Bebas

Sumber : Analisa Data, 2016

Hasil dari uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 *for Windows* di dapatkan untuk grafik histogram bahwa data terdistribusi dengan normal karena kurva berbentuk seperti lonceng atau genta (*bell-shape*) seperti yang ditampilkan pada Gambar 7. Selanjutnya untuk grafik *Normal P-P Plot* menunjukkan bahwa semua variabel terdistribusi secara normal karena memiliki pola yang dengan garis diagonal, pada grafik yang ditampilkan pada Gambar 8. menunjukkan bahwa pola titik-titik menyebar berhimpit disekitar diagonal. Sedangkan pada tabel nilai *Asymp. Sig* yang terdapat pada lampiran , menunjukkan nilainya berada $> 0,05$ dan dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal.

5.4.2 Analisis Regresi

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dan semua dinyatakan lolos maka langkah selanjutnya dilakukan analisis linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah biaya perjalanan menuju objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak dari tempat tinggal pengunjung menuju objek Wisata Bahari Lamongan, umur, aksesibilitas, kebersihan dan fasilitas yang ada di objek Wisata Bahari Lamongan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah jumlah permintaan ke objek Wisata Bahari Lamongan. Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS 16 for Windows diperoleh hasil koefisien pada kolom B yang menjelaskan regresi linier berganda dan signifikansi yang dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 24. Model Regresi Antara Variabel Bebas Dengan Variabel Terikat

Model	B	Std. Error
(Constant)	3.084	2.341
X1 (total biaya perjalanan)	-.132	.161
X2 (tingkat pendidikan)	.055	.044
X3 (pendapatan)	-.084	.084
X4 (jarak)	-.576	.104
X5 (Umur)	.023	.228
X6 (aksesibilitas)	.892	.572
X7 (kebersihan)	1.726	.295
X8 (fasilitas)	1.163	.425

Sumber: Data Diolah, 2016

A. Persamaan Regresi Linier Berganda

Sesuai dengan data yang tertera pada Tabel 28, maka didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6D_6 + b_7D_7 + b_8D_8 + e$$

$$Y = 3,084 - 0,132 X_1 + 0,055X_2 - 0,084X_3 - 0,576X_4 + 0,023X_5 + 0,892D_6 + 1,726D_7 + 1,163D_8 + e$$

Hasil dari perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 *for Windows* diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta yang dihasilkan setelah dilakukan regresi sebesar 3,084 dengan nilai koefisien regresi B yang diperoleh setiap variabel yang ada yaitu nilai B variabel biaya perjalanan (X_1), tingkat pendidikan (X_2), pendapatan (X_3), jarak (X_4), umur (X_5), aksesibilitas (D_6), kebersihan (D_7), dan fasilitas (D_8) Dugaan dari nilai-nilai variabel tersebut besarnya akan dilihat dari konstanta masing-masing koefisien regresi yang didapat dari perhitungan dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 *for Windows* yang memiliki makna sebagai berikut:

1. (Constant) $a_0 = 3.084$

$a_0 = 3.084$ merupakan nilai konstanta yang menunjukkan nilai dari jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan apabila diukur dengan menggunakan nilai. Dengan demikian nilai dari jumlah permintaan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 3.084 tanpa dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu biaya perjalanan, umur, tingkat pendidikan, jarak, pendapatan, aksesibilitas, kebersihan dan fasilitas dianggap sama dengan nol maka nilai dari variabel terikat yaitu jumlah permintaan ke objek Wisata Bahari Lamongan akan berkurang sebesar 3 kali dalam 1 tahun terakhir jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas.

2. (Biaya Perjalanan) $b_1 = -0,132$

Hasil nilai koefisien regresi dari variabel biaya perjalanan (travel cost) menuju objek Wisata Bahari Lamongan (X_1) yaitu bernilai negatif, hal ini berarti antara variabel biaya perjalanan (X_1) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan yang tidak searah, sehingga jika nilai variabel biaya perjalanan meningkat sebesar Rp. 100, maka akan menurunkan jumlah permintaan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 13. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak, umur, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas memiliki nilai yang tetap atau konstan,

apabila variabel biaya perjalanan semakin tinggi maka akan terlihat pada jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan mengalami penurunan.

3. (tingkat pendidikan) $b_2 = 0,055$

Nilai koefisien regresi dari variabel tingkat pendidikan (X_2) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel tingkat pendidikan (X_2) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel tingkat pendidikan meningkat sebesar 100, maka akan menaikkan jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 5,5. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendapatan, jarak, umur, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas memiliki nilai yang tetap atau konstan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin membutuhkan liburan dan pariwisata sehingga mereka akan mempertimbangkan untuk berwisata bersama sanak dan keluarganya.

4. (Pendapatan) $b_3 = -0,084$

Nilai koefisien regresi dari variabel tingkat pendapatan pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan (X_3) yaitu bernilai negatif, hal ini berarti antara variabel tingkat pendapatan (X_3) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan yang tidak searah, sehingga jika nilai variabel tingkat pendapatan meningkat sebesar Rp. 100, maka akan menurunkan nilai jumlah permintaan wisata ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 8. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, jarak, umur, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas memiliki nilai yang tetap atau konstan, apabila variabel pendapatan semakin tinggi nilainya maka akan mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan karena semakin tinggi ataupun semakin rendah tingkat pendapatan seseorang semakin besar juga kemungkinan

untuk tidak melakukan wisata karena mereka lebih memilih untuk melakukan hal lain yang lebih bermanfaat untuk pertumbuhan finansialnya seperti bekerja daripada melakukan wisata.

5. (Jarak) $b_4 = -0,576$

Nilai koefisien regresi dari variabel jarak menuju objek Wisata Bahari Lamongan (X_4) yaitu bernilai negatif, hal ini berarti antara variabel jarak (X_4) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan tidak searah, sehingga jika nilai variabel jarak meningkat sebesar 100, maka akan menurunkan jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 57. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, pendapatan, umur, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas memiliki nilai yang tetap atau konstan. Hasil tersebut disebabkan oleh mayoritas responden pada saat penelitian di objek Wisata Bahari Lamongan berasal dari Lamongan, Tuban dan Gresik yang tidak memiliki tujuan wisata sebesar objek Wisata Bahari Lamongan sehingga mereka memilih untuk mendatangi objek Wisata Bahari Lamongan.

6. (umur) $b_5 = 0,023$

Nilai koefisien regresi dari variabel umur (X_5) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel umur (X_5) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel pendapatan meningkat sebesar 100, maka akan meningkatkan jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 2. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, pendapatan, jarak, aksesibilitas, keindahan, dan fasilitas memiliki nilai yang tetap atau konstan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi umur seseorang maka akan semakin sering untuk melakukan perjalanan wisata.

Variabel dummy adalah variabel yang digunakan untuk mengkuantitatifkan variabel yang bersifat kualitatif, variabel dummy dalam penelitian ini ada 3 yaitu Aksesibilitas (D_6), Kebersihan (D_7), dan Fasilitas (D_8).

1. (Aksesibilitas) $b_6 = 0,892$

Aksesibilitas termasuk dalam variabel dummy yang mempunyai nilai $D = 1$ (mudah) dan $D = 0$ (sulit), Nilai koefisien regresi dari variabel aksesibilitas (X_6) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel aksesibilitas (X_6) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel aksesibilitas meningkat sebesar 100, maka akan meningkatkan jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 89. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak, umur, kebersihan, dan fasilitas memiliki nilai yang tetap atau konstan.

2. (Kebersihan) $b_7 = 1,726$

Kebersihan termasuk dalam variabel dummy yang mempunyai nilai $D = 1$ (bersih) dan $D = 0$ (kurang bersih), Nilai koefisien regresi dari variabel kebersihan pada objek Wisata Bahari Lamongan (X_7) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel kebersihan (X_7) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel kebersihan meningkat sebesar 100, maka akan meningkatkan jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 172. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak, umur, aksesibilitas, dan fasilitas memiliki nilai yang tetap atau konstan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin berkurangnya tingkat kebersihan pada suatu lokasi wisata maka akan semakin menurunkan jumlah permintaan kunjungan terhadap suatu lokasi wisata.

3. (Fasilitas) $b_8 = 1,163$

Fasilitas termasuk dalam variabel dummy yang mempunyai nilai $D = 1$ (memadai) dan $D = 0$ (kurang memadai), Nilai koefisien regresi dari fasilitas (X_8) yaitu bernilai positif, hal ini berarti antara variabel fasilitas (X_8) dengan variabel jumlah permintaan kunjungan (Y) memiliki hubungan yang searah, sehingga jika nilai variabel fasilitas meningkat sebesar 100, maka akan meningkatkan jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan sebesar 116. Dengan diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, pendapatan, jarak, umur, aksesibilitas, dan kebersihan memiliki nilai yang tetap atau konstan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin lengkap dan tersedianya fasilitas yang lengkap di suatu lokasi wisata maka akan semakin meningkatkan jumlah permintaan kunjungan terhadap suatu lokasi wisata karena pengunjung akan semakin nyaman dan memiliki keinginan untuk berwisata kembali.

10. e

Merupakan *human error* sebagai pencipta variabel gangguan (*random disturbance*) disebut sebagai variabel gangguan karena variabel ini mengganggu hubungan variabel yang pasti atau deterministik antara variabel bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2011). Hal ini berhubungan dengan cuaca, kesalahan teknis pada saat perjalanan seperti kehabisan bensin, ban bocor dan hal-hal yang bisa terjadi karena unsur ketidak sengajaan.

5.4.3 Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Statistik

Menurut Supangat (2008) Koefisien determinasi adalah merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen (menunjukkan seberapa besar persentase keragaman y yang dapat dijelaskan oleh keragaman x), atau dengan kata lain seberapa besar x dapat memberikan kontribusi terhadap y . Menurut Ghozali (2011) ketepatan fungsi

regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dilihat dengan pengujian *goodness of fit*nya. Secara statistik setidaknya dapat diukur dari nilai koefisien determinasi (R^2), nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis daerah dimana H_0 ditolak, sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Pada penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat atau variabel dependen sebagai variabel jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan dan variabel bebas atau variabel independen sebagai variabel faktor yang mempengaruhi permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan (biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, umur, pendidikan, jarak, pendapatan, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas), pada analisis korelasi didapatkan hasil berupa hubungan diantara keduanya cukup kuat yaitu antara variabel terikat dengan variabel bebas, sehingga hubungan tersebut saling mempengaruhi. Untuk mengetahui pengaruh diantara keduanya dapat dilakukan dengan cara pengujian statistik. Dengan pengujian secara statistik dapat diukur dengan nilai dari koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t.

1. Analisis Koefisien Determinasi

Pengujian determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur persentase total variasi dalam variabel terikat yaitu jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan yang diterangkan oleh variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan umur, pendidikan, jarak, pendapatan, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas secara simultan atau bersama-sama.

Kelemahan mendasar dalam penggunaan R^2 adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka nilai R^2 akan meningkat dan tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Maka dari itu banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini nilai *Adjusted R Square* digunakan untuk melihat seberapa besar nilai keragaman yang ada dalam penelitian ini, karena nilai *Adjusted R Square* memiliki nilai yang lebih stabil dibandingkan dengan nilai *R²*. Untuk melihat nilai *Adjusted R Square* yang didapatkan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 29 yaitu Tabel *Model Summary*.

Tabel 25. *Model Summary* antara Variabel Terikat dengan Variabel Bebas

Model	R	R.Square	Adjusted R Square
1	.718	.660	.671

Sumber : Analisa Data, 2016

Pada *model summary* yang tertera pada Tabel 29 data yang dihasilkan menunjukkan bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,660. Pada penelitian ini untuk mengevaluasi model regresi terbaik menggunakan *Adjusted R Square* karena dapat menjelaskan apakah proporsi keragaman variabel dependen (terikat) mampu dijelaskan oleh variabel independen (bebas) atau tidak karena nilai *Adjusted R Square* tidak akan mempengaruhi nilai *Adjusted R Square* itu sendiri walaupun variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Sehingga dari hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,660 yang berarti bahwa variasi variabel independen yaitu biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan (X_1), tingkat pendidikan (X_2), pendapatan (X_3), jarak (X_4), umur (X_5), aksesibilitas (X_6), keindahan (X_7), dan fasilitas (X_8) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan (Y) sebesar 66%. Sedangkan sebesar 34% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor atau variabel lain yang berada di luar model regresi yang digunakan.

2. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Menurut Sugiyanto (2009), uji F ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Menurut Ghozali (2011), uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) dan nilai F berhubungan dengan erat. Semakin besar nilai koefisien determinasi (R^2) maka akan semakin besar juga nilai F nya. Berikut ini syarat untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang ada di dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dapat diartikan bahwa semua variabel bebas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara nyata pada variabel terikat.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, dapat diartikan bahwa semua variabel bebas berpengaruh tidak nyata pada variabel terikat.

Kemudian langkah selanjutnya membuat hipotesisi secara simultan, hipotesis secara simultan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H_0 : Variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. H_1 : Variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Nilai F_{hitung} dalam penelitian ini yang diperoleh dari hasil pengujian regresi menggunakan aplikasi SPSS 16 for Windows dapat dilihat pada Tabel 30.

Tabel 26. ANOVA antara Variabel Terikat dengan Variabel Bebas

Model	Df	F	Sig.
Regression	8	12.398	.000
Residual	39		
Total	47		

a. Predictors: (Constant), X5 (umur), X6 (Aksesibilitas), X8 (Fasilitas), X1 (total biaya perjalanan), X7 (kebersihan), X2 (tingkat pendidikan), X4 (jarak), X3 (tingkat pendapatan)



b. Dependent Variable: Y (Jumlah Kunjungan)

Sumber : Data Diolah, 2016

Berdasarkan output yang tertera pada Tabel 30, diperoleh F_{hitung} sebesar 12.398 dengan nilai *regression* 8 dan residual 39 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian dilihat menggunakan F_{tabel} yang diperoleh dengan $df_1 = 8$ dan $df_2 = 48 - 8 = 40$ dengan nilai signifikansi 0,01 didapatkan hasil F_{tabel} sebesar 2,99. Dari hasil tersebut diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12.962 > 2,99$) hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat (jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan). Artinya hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain variabel independen (bebas) yang terdiri dari variabel biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan (X_1), Tingkat pendidikan (X_2), tingkat pendapatan (X_3), jarak (X_4), umur (X_5), aksesibilitas (X_6), kebersihan (X_7), dan fasilitas (X_8) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh nyata terhadap keputusan untuk mengunjungi objek Wisata Bahari Lamongan oleh wisatawan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dihasilkan dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh yang terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Uji Statistik t (Uji Parsial)

Berdasarkan Sugiyanto (2009), uji statistik t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat, dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan. Dalam uji t ini digunakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh tidak nyata terhadap variabel terikat.
- b. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Kemudian langkah selanjutnya dengan membuat hipotesis secara parsial, hipotesis secara parsial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H_0 : Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. H_1 : Variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

Nilai t_{hitung} dalam penelitian ini yang diperoleh dari hasil pengujian regresi menggunakan aplikasi SPSS 16 for Windows dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 27. Coefficients Uji t antara Variabel Terikat dengan Variabel Bebas.

Model	t Hitung	Sig.
(Constant)	1.318	.195
X1 (total biaya perjalanan)	-.820	.417
X2 (tingkat pendidikan)	1.253	.218
X3 (pendapatan)	-1.000	.324
X4 (jarak)	-5.532	.000***
X5 (Umur)	.100	.921
X6 (aksesibilitas)	1.561	.127*
X7 (kebersihan)	5.858	.000***
X8 (fasilitas)	2.737	.009**

Keterangan :

- * = Tingkat Kepercayaan 90%
- ** = Tingkat Kepercayaan 95%
- *** = Tingkat Kepercayaan 99%

Sumber : Data Diolah, 2016

Dari hasil analisis regresi yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 for Windows didapatkan hasil yang tertera pada Tabel 31, terlihat bahwa variabel biaya perjalanan (X_1), tingkat pendapatan (X_2), tingkat pendidikan (X_3), dan umur (X_5) memiliki nilai signifikansi $t = \alpha$ (0,10), pada variabel aksesibilitas(X_6), kebersihan(X_7), dan fasilitas (X_8) memiliki nilai signifikansi $t < \alpha$ (0,10), sedangkan pada variabel jarak (X_4) memiliki nilai signifikansi $t > \alpha$ (0,10). Nilai t tabel untuk $df = 40$ ($n - k = 48 - 8 = 40$) dengan tingkat signifikansi α (0,10) adalah 1,683. dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} didapatkan interpretasi sebagai berikut:

1. X_1 (Biaya Perjalanan)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel biaya perjalanan sebesar 0,820 dengan tingkat signifikansi 0,417 dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,683. Sehingga nilai mutlak t hitung ($0,820 < t \text{ tabel } (1,683)$) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, variabel biaya perjalanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan kunjungan.

Nilai uji t menghasilkan nilai negatif yang berarti bahwa setiap perubahan kenaikan biaya perjalanan akan menurunkan jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Dari hasil pengujian diperoleh hasil bahwa biaya perjalanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan dalam melakukan kunjungan wisata biaya perjalanan bukanlah satu – satunya hal yang diperhatikan oleh wisatawan, akan tetapi masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan untuk berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan salah satunya pendapatan. Pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan mayoritas mempunyai pendapatan yang cukup tinggi, sehingga biaya perjalanan yang dikeluarkan masih dapat terjangkau dengan baik.

Hal yang sama juga didapatkan di dalam penelitian Susilowati (2009), didalam penelitiannya variabel biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan, hal tersebut dapat disebabkan karena variabel biaya perjalanan tidak dapat dipisahkan dengan frekuensi kunjungan seorang wisatawan. Nilai koefisien regresi peubah biaya perjalanan dalam model bertanda negatif, hal ini sesuai dengan teori ekonomi, dimana jika harga semakin meningkat maka konsumen akan mengurangi jumlah barang konsumsinya (Laily dan Pristyadi, 2013). Maka semakin tinggi biaya perjalanan maka wisatawan akan berfikir ulang untuk berwisata ke objek wisata Wisata Bahari Lamongan, wisatawan akan lebih memilih objek wisata yang murah.

2. X_2 (Pendidikan)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel pendidikan sebesar 1.253 dengan tingkat signifikansi 0,218 dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,683. Sehingga nilai mutlak t hitung ($1.253 < t \text{ tabel } (1,683)$) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, variabel pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan.

Nilai uji t menghasilkan nilai positif yang berarti bahwa setiap perubahan kenaikan tingkat pendidikan akan meningkatkan jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hasil yang sama juga didapatkan oleh Mulyani (2006), yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata yang dalam hal ini Kawasan Wisata Pantai Carita. Tingkat pendidikan yang tinggi akan menambah kesadaran wisatawan dalam memahami pentingnya menjaga lingkungan. Jadi, objek wisata alam menjadi semakin diminati.

Namun, dari pengujian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat pendidikan terakhir tidak memberikan pengaruh terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang hanya menambah kesadaran dan pengetahuan mengenai pentingnya menjaga lingkungan, namun tidak mengubah selera seseorang tersebut terhadap kegiatan wisata dalam hal ini objek Wisata Bahari Lamongan sendiri memiliki daya tarik atau keunggulan pemandangan pantai dan tanjung yang indah, mayoritas pengunjung yang datang mempunyai motivasi berkunjung untuk melakukan *refreshing*, dan *refreshing* tersebut dibutuhkan oleh setiap orang baik yang berpendidikan rendah maupun yang berpendidikan tinggi.

3. X_3 (Pendapatan)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel pendapatan sebesar 1,000 dengan tingkat signifikansi 0,324 dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,683. Sehingga nilai mutlak t hitung ($1,000 < t \text{ tabel } (1,683)$) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, variabel Pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan Hal ini sesuai dengan keadaan pada saat penelitian, karena wisatawan objek Wisata Bahari Lamongan sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai Mahasiswa, pelajar dan karyawan swasta yang berdomisili di Provinsi Jawa Timur yang tentunya memiliki pendapatan dalam satu bulan yang tidak besar dan mereka mengalokasikan setiap pendapatannya dalam satu bulan untuk berwisata atau menghilangkan penat pada saat hari libur. Hasil yang serupa juga didapatkan dari penelitian sebelumnya yakni oleh Aprillian (2009), dimana variabel pendapatan yang diteliti juga menghasilkan nilai negatif dan tidak sesuai hipotesis awalnya, yakni semakin rendah tingkat pendapatan maka akan semakin rendah pula juga tingkat konsumsi dan muncul kecenderungan untuk mengalokasikan pendapatannya untuk rekreasi serta pemenuhan kebutuhan tersiernya.

4. X_4 (Jarak)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel jarak sebesar 5,532 (negatif) dengan tingkat signifikansi 0,000 (Signifikan pada $\alpha = 1\%$) dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 2,704. Sehingga nilai mutlak t hitung ($5,532 < t \text{ tabel } (2,704)$) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel jarak berpengaruh secara signifikan pada taraf kepercayaan 99% terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan jarak menuju lokasi wisata berkaitan dengan biaya perjalanan yang dikeluarkan dan lama waktu yang ditempuh. Semakin dekat jarak daerah asal pengunjung dengan lokasi wisata

maka biaya perjalanan yang dikeluarkan lebih rendah dibandingkan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung yang berasal dari daerah dengan jarak yang lebih jauh menuju lokasi wisata. Selain itu, lama waktu yang ditempuh oleh pengunjung yang berasal dari daerah yang dekat dengan lokasi wisata akan lebih cepat dibandingkan pengunjung yang berasal dari daerah dengan jarak yang jauh dari lokasi wisata. Oleh karena itu, pengunjung dengan jarak yang lebih dekat dengan objek Wisata Bahari Lamongan akan lebih sering berkunjung karena biaya perjalanan yang dikeluarkan lebih rendah dan waktu tempuh menuju lokasi wisata lebih cepat sehingga tidak banyak membuang waktu di jalan dan tidak banyak mengurangi waktu liburan pengunjung.

Nilai uji t menghasilkan nilai negatif yang berarti bahwa perubahan kenaikan jarak sebesar satu satuan akan menurunkan jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hasil yang sama juga didapatkan oleh Mulyani (2006), yang menyatakan bahwa jarak memiliki pengaruh negatif terhadap kunjungan wisata yang dalam hal tersebut Kawasan Wisata Pantai Carita. Seiring dengan bertambahnya jarak menuju Kawasan Wisata Pantai Carita akan mengurangi jumlah kunjungan menuju lokasi wisata tersebut.

5. X_5 (Umur)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel umur sebesar 0,100 dengan tingkat signifikansi 0,921 dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,683. Sehingga nilai mutlak t hitung ($0,100 < t$ tabel (1,683) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, variabel umur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan kunjungan di objek Wisata Bahari Lamongan.

Variabel umur tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan objek Wisata Bahari Lamongan merupakan objek wisata yang mampu dijangkau oleh berbagai tingkat usia.

Pengunjung yang datang ke objek Wisata Bahari Lamongan sangat beragam, dari pengunjung yang berumur kurang dari 17 tahun sampai umur 35 keatas. Selain itu, faktor kebutuhan psikologis akan kegiatan wisata juga merupakan kebutuhan setiap orang dari berbagai tingkat usia. Hasil yang sama juga didapatkan oleh Firandari (2009), yang menyatakan bahwa umur tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata di Pulau Situ Gantung 3, hal tersebut dikarenakan kegiatan wisata merupakan kegiatan yang dibutuhkan oleh setiap kalangan umur seseorang dan tidak ditujukan pada suatu kelompok umur tertentu.

6. X_6 (Aksesibilitas)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel aksesibilitas sebesar 1,561 dengan tingkat signifikansi 0,127 (Signifikan pada $\alpha = 10\%$) dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,683. Sehingga nilai mutlak t hitung ($1,561 > t$ tabel ($0,127$)) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel akses jalan berpengaruh secara signifikan pada taraf kepercayaan 90% terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan kondisi akses jalan menuju suatu lokasi wisata akan menentukan kemudahan pengunjung untuk menjangkau lokasi tersebut. Sehingga semakin mudah akses jalan menuju objek wisata maka semakin tinggi minat kunjungan. Hasil yang sama juga didapatkan oleh Latip (2016), keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu lokasi wisata termasuk objek *BeeJay Bakau Resort* akan berkurang apabila akses jalan yang dilalui sulit, karena wisatawan akan lebih memilih berkunjung ke tempat wisata dengan akses yang lebih mudah.

7. X_7 (Kebersihan)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel kebersihan sebesar 5,858 dengan tingkat signifikansi 0,000 (Signifikan pada $\alpha = 1\%$) dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar

2,704. Sehingga nilai mutlak t hitung (5,858) > t tabel (2,704) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel kebersihan berpengaruh secara signifikan pada taraf kepercayaan 99% terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan kondisi kebersihan pada suatu lokasi wisata akan menentukan penilaian pengunjung tentang kawasan objek wisata tersebut. Keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu lokasi wisata termasuk objek Wisata Bahari Lamongan akan berkurang apabila lokasi wisata kurang bersih, karena wisatawan akan lebih memilih berkunjung ke tempat wisata dengan lokasi lebih bersih dan nyaman. Menurut Triyono (2016), hal ini sesuai dengan kondisi dilapang dimana kebersihan di objek wisata Pantai Tiga Warna terjaga kebersihannya dikarenakan kebersihan merupakan salah satu daya tarik agar pengunjung datang ke lokasi wisata.

8. X_8 (Fasilitas)

Berdasarkan perhitungan uji statistik t dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai t hitung untuk variabel fasilitas sebesar 2,737 dengan tingkat signifikansi 0,009 (Signifikan pada $\alpha = 1\%$) dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 2,704. Sehingga nilai mutlak t hitung (2,737) > t tabel (2,704) dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan pada taraf kepercayaan 99% terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan. Hal tersebut dikarenakan keberadaan fasilitas pada suatu lokasi wisata akan sangat menentukan penilaian pengunjung tentang kawasan objek wisata tersebut karena fasilitas adalah faktor vital pengunjung untuk berkunjung ke kawasan wisata tersebut. Keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu lokasi wisata termasuk objek Wisata Bahari Lamongan akan berkurang apabila lokasi wisata memiliki fasilitas yang kurang memadai, karena wisatawan akan lebih memilih berkunjung ke tempat wisata yang memiliki fasilitas lengkap. Hasil yang sama juga didapatkan oleh Gitapati (2012)

Variabel fasilitas-fasilitas dengan tanda koefisien positif yang berarti peningkatan fasilitas-fasilitas akan mengakibatkan kenaikan jumlah kunjungan wisatawan dengan asumsi bahwa variabel-variabel independen lain dalam keadaan konstan.

Berdasarkan uji t (parsial) yang telah dilakukan, diperoleh faktor (variabel) yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan kunjungan objek Wisata Bahari Lamongan adalah jarak, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas. Dari ketiga faktor yang berpengaruh tersebut, faktor yang paling signifikan mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan adalah kebersihan, hal ini dikarenakan kebersihan memiliki nilai signifikansi yang terkecil yaitu sebesar 0,000.

5.5 Nilai Ekonomi Objek Wisata Bahari Lamongan

Nilai ekonomi dari suatu kawasan merupakan langkah yang digunakan seseorang untuk menilai barang dan jasa terhadap nilai kuantitatifnya yang dihasilkan oleh sumberdaya alam (SDA) dan lingkungan baik nilai dari pasar (*market value*) maupun nilai non pasar (*non market value*).

Untuk menghitung nilai ekonomi dari objek Wisata Bahari Lamongan dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen setiap individu pertahun perkunjungannya. Untuk menghitung nilai surplus konsumen dapat digunakan persamaan sebagai berikut:

$$WTP \approx CS = \frac{V^2}{2b}$$

Keterangan :

SK : Surplus Konsumen

V : Jumlah kunjungan Perindividu ke Wisata Bahari Lamongan

b : Nilai Coeficient regresi Wisata Bahari Lamongan

Persamaan diatas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Setelah mendapatkan persamaan yang akan digunakan untuk mendapatkan nilai surplus konsumen individu per tahun dan surplus konsumen per individu tiap satu kali kunjungan dibutuhkan konstanta (a) yaitu yang didapatkan dari hasil analisis regresi pada Tabel *Coefficinets* pada kolom B, lalu dibutuhkan nilai koefisien regresi dari variabel biaya perjalanan (X_1) (b) yaitu 0, yang didapatkan dari hasil analisis regresi pada Tabel *Coefficients*.

$$Y = a + bX$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai ekonomi objek Wisata Bahari Lamongan didapatkan hasil yang akan ditampilkan pada Tabel 32.

Tabel 28. Hasil Perhitungan Nilai Ekonomi Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Perhitungan	Nilai
1.	Nilai b	0,000001489
2.	Jumlah Pengunjung pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	619.474
3.	Surplus Konsumen (Per Kunjungan)	Rp. 769.532,-
4.	Surplus Konsumen (Per Tahun)	Rp.1.763.511,-
5.	Penerimaan Aktual pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	Rp. 46.054.400.000.-
6.	Nilai Total Ekonomi pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	Rp.476.705.140.504.-
7.	Nilai Penerimaan Potensial pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	Rp. 56.329.751.184.-
8.	Rata-Rata Kunjungan (Per Individu)	2
9.	Rata-Rata Biaya Perjalanan	Rp. 442.562,-

Sumber : Olahan Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 32, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan dalam 1 tahun terakhir (April 2015 sampai dengan Maret 2016) adalah sebanyak 619.474 pengunjung. Sehingga dari hasil perhitungan surplus konsumen yang dilakukan didapatkan hasil surplus konsumen sebesar Rp. 1.763.511,12 per individu per tahun atau Rp. 769.532,84 per individu per kunjungan. Dengan adanya hal tersebut dapat diketahui bahwa kelebihan (surplus) yang dinikmati konsumen (pengunjung) karena kemampuannya untuk

membayar melebihi permintaan aktualnya, dimana nilai aktual atau harga rata – rata yang dikeluarkan untuk biaya perjalanan wisata menuju objek Wisata Bahari Lamongan untuk individu sebesar Rp. 442.562,5 dengan jumlah kunjungan rata – rata yang dilakukan tiap individu dalam 1 tahun sebanyak 2 kali. Sehingga, dengan didapatkannya nilai surplus konsumen per individu per kunjungan yaitu senilai Rp. 769.532,84 dapat dilakukan perhitungan nilai ekonomi dari objek Wisata Bahari Lamongan dengan mengalikan nilai surplus konsumen tersebut dengan jumlah pengunjung yang datang pada 1 tahun terakhir atau pada periode Bulan April 2015 sampai dengan Maret 2016 yaitu sebanyak 619.474 pengunjung. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh nilai ekonomi dari objek Wisata Bahari Lamongan sebesar Rp. 476.705.140.504.88 per tahun. Rincian perhitungan nilai ekonomi dapat dilihat pada Lampiran 8.

Besar nilai penerimaan yang diperoleh objek Wisata Bahari Lamongan dengan biaya karcis masuk pada hari biasa sebesar Rp. 60.000 dan pada *weekend* (sabtu – minggu) serta hari libur sebesar Rp. 80.000, maka dapat diperoleh nilai penerimaan dari objek Wisata Bahari Lamongan adalah sebesar Rp. 46.054.400.000.- dalam 1 tahun dengan perkiraan rata – rata pengunjung pada hari biasa sebanyak 2000 pengunjung (rincian perhitungan dapat dilihat pada Tabel 33).

Tabel 29. Hasil Perhitungan Nilai Penerimaan objek Wisata Bahari Lamongan

Jumlah Hari Biasa pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	163
Jumlah Hari Libur dan <i>Weekend</i> pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	203
Total Pengunjung Hari Biasa	175.176
Total Pengunjung Hari Libur dan <i>Weekend</i>	444.298
Harga Karcis Hari Biasa	Rp 60.000
Harga Karcis Hari Libur dan <i>Weekend</i>	Rp 80.000
Penerimaan Hari Biasa	Rp 10.510.560.000
Penerimaan Hari Libur dan <i>Weekend</i>	Rp 35.543.840.000
Total Penerimaan	Rp 46.054.400.000

Sumber : Olahan Data Primer, 2016

Apabila nilai penerimaan dari objek Wisata Bahari Lamongan tersebut dengan nilai sebesar Rp 46.054.400.000 dibandingkan dengan nilai ekonomi dalam 1 tahun yang diperoleh sebesar Rp. 476.705.140.504,88, maka besar penerimaan yang objek Wisata Bahari Lamongan hanya 9,7% dari nilai ekonomi yang didapat. Perhitungan nilai penerimaan tersebut hanya melibatkan biaya karcis masuk yang diterapkan objek Wisata Bahari Lamongan dan tidak mengikut sertakan biaya transportasi, biaya konsumsi dan biaya lainnya yang dikeluarkan oleh pengunjung.

Adapun nilai potensial pada penelitian ini didefinisikan sebagai penerimaan optimal yang dapat diperoleh dari harga tiket masuk apabila kawasan didatangi oleh pengunjung dalam jumlah yang sama setiap harinya. Jika diasumsikan jumlah pengunjung setiap harinya adalah sebanyak 2000 orang dengan nilai surplus konsumen per individu per kunjungan adalah Rp. 769.532,84 per orang maka dapat diperoleh penerimaan potensial dari objek Wisata Bahari Lamongan adalah sebesar Rp. 56.329.751.184.- pada April 2015 sampai dengan Maret 2016 (366 hari).

Berdasarkan perhitungan dari nilai total ekonomi ini dapat dilihat bahwa keberadaan objek Wisata Bahari Lamongan dengan nilai surplus konsumen per individu per satu kali kunjungan menunjukkan nilai keuntungan yang diperoleh konsumen masih sangat jauh diatas pengeluaran rata-rata pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan. Hal ini menunjukkan bahwa objek Wisata Bahari Lamongan memberikan manfaat yang besar terhadap masyarakat sekitar maupun pengunjung objek Wisata Bahari Lamongan dan juga biaya yang harus pengunjung keluarkan untuk menikmati objek Wisata Bahari Lamongan cukup sepadan dengan apa yang ditawarkan oleh pengelola objek Wisata Bahari Lamongan.

Perkembangan lokasi wisata dan meningkatnya jumlah kunjungan yang datang ke objek Wisata Bahari Lamongan menimbulkan munculnya *multiplier effect* yang dirasakan oleh Kabupaten Lamongan maupun masyarakat sekitar. Semakin meningkat jumlah pengunjung yang datang ke objek Wisata Bahari Lamongan maka akan meningkatkan perputaran uang di Kabupaten Lamongan, yang mana hal tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Lamongan. Pengunjung yang datang ke Kabupaten Lamongan tidak hanya berasal dari Kabupaten Lamongan, namun juga dari luar Kabupaten Lamongan. Pengunjung yang datang dari luar Kabupaten Lamongan biasanya selain menikmati keindahan tempat wisata juga terdapat keinginan untuk membeli cinderamata atau makanan dan minuman yang khas dari Kabupaten Lamongan sebagai oleh – oleh untuk dibawa pulang ke rumah. Sehingga hal tersebut membuka peluang usaha bagi masyarakat Kecamatan Paciran terutama masyarakat yang berada dekat dengan lokasi objek Wisata Bahari Lamongan untuk membuka usaha yang menyediakan berbagai makanan atau minuman khas Lamongan dan juga berbagai kerajinan masyarakat setempat.

5.6 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa objek Wisata Bahari Lamongan menawarkan konsep wisata yang sangat bagus dan berhasil mengubah objek Tanjung Kodok yang awalnya sepi pengunjung menjadi tempat wisata yang indah dan banyak diminati oleh wisatawan.

Pengunjung atau wisatawan yang datang ke objek Wisata Bahari Lamongan sangat beragam dari berbagai tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, alamat asal, pendapatan dan jarak tempuh menuju lokasi. Hal tersebut dikarenakan objek Wisata Bahari Lamongan merupakan objek wisata yang banyak menarik minat pengunjung karena objek wisata tersebut memiliki daya tarik yang memadukan

keindahan alam bahari dan ditunjang oleh berbagai fasilitas dan wahana permainan sehingga menambah nilai keindahan objek Wisata Bahari Lamongan.

Persepsi pengunjung mengenai objek Wisata Bahari Lamongan sangat beragam. Sumber informasi yang didapat oleh pengunjung mayoritas didapat dari teman/saudara, hal ini berarti kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak objek Wisata Bahari Lamongan harus ditingkatkan lagi dan memanfaatkan berbagai media promosi agar informasi mengenai lokasi wisata mudah didapat dan diketahui oleh masyarakat yang tentunya hal tersebut dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan. Dari segi fasilitas, kebersihan, keamanan dan pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola objek Wisata Bahari Lamongan sudah baik, hal tersebut tercermin dari pengalaman berkunjung wisatawan yang sebelumnya pernah berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan mengatakan puas. Namun, pembenahan dan penambahan fasilitas, peningkatan keamanan, peningkatan pelayanan dan peningkatan kebersihan harus tetap dilakukan agar objek Wisata Bahari Lamongan semakin banyak diminati oleh wisatawan dan wisatawan yang berkunjung dari waktu ke waktu semakin meningkat.

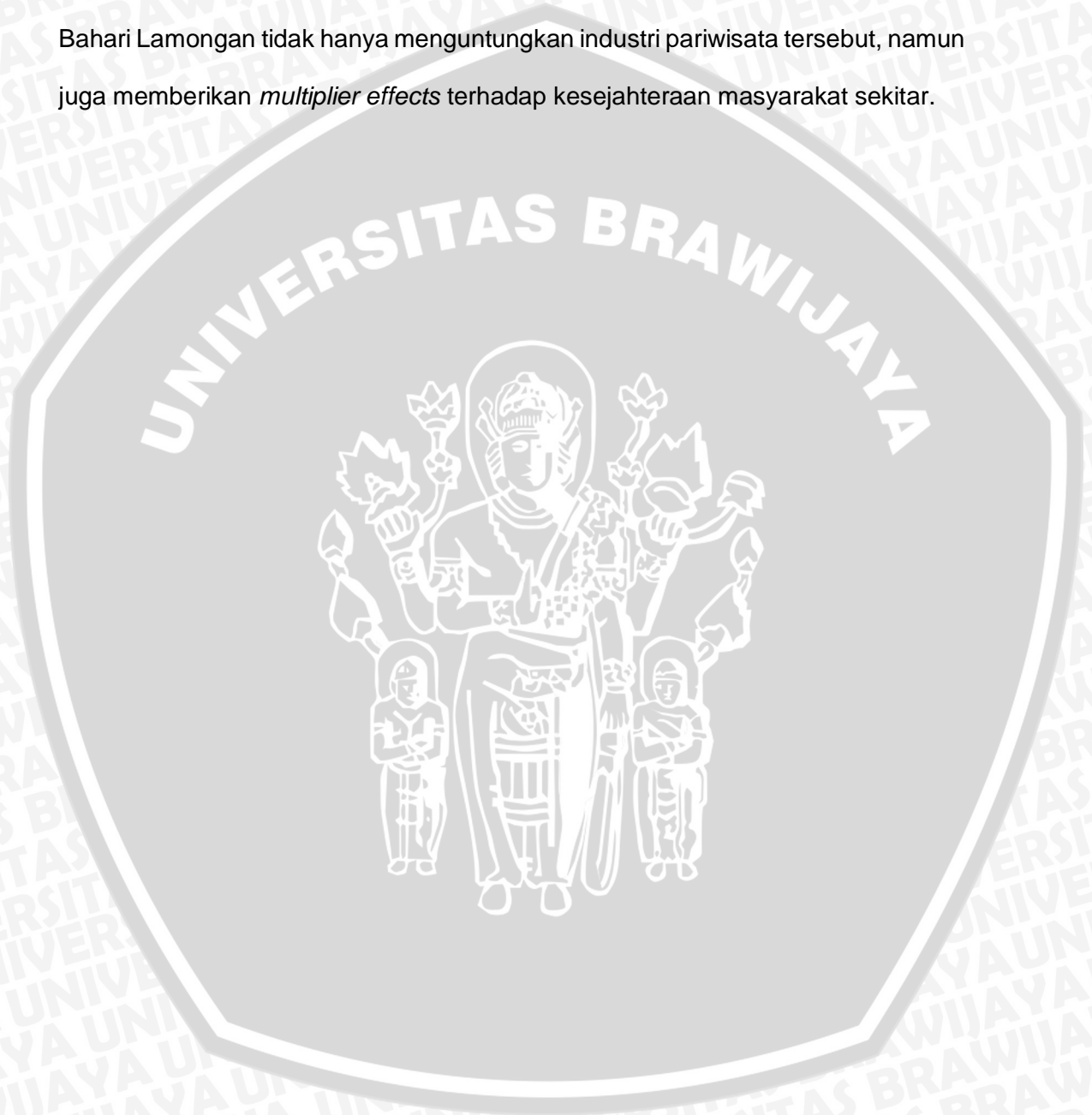
Hasil analisis regresi menunjukkan variabel jarak, kebersihan, aksesibilitas dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap jumlah permintaan kunjungan terhadap objek Wisata Bahari Lamongan. Dengan adanya hal tersebut berarti variabel biaya perjalanan, umur, pendidikan dan pendapatan diabaikan oleh wisatawan dalam mengambil keputusan untuk berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan. Hal ini dikarenakan objek Wisata Bahari Lamongan memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik minat wisatawan dalam mengambil keputusan untuk berkunjung ke objek Wisata Bahari Lamongan. Tidak sedikit pengunjung yang datang dengan mengeluarkan biaya perjalanan yang cukup tinggi, oleh karena itu pembenahan

dari segala aspek diharapkan dapat dilakukan agar pengunjung yang datang dapat menerima manfaat dan kepuasan yang lebih tinggi.

Objek Wisata Bahari Lamongan memiliki nilai ekonomi yang sangat besar, yaitu sebesar Rp. 476.705.140.504,88 dan didapatkan nilai surplus konsumen sebesar Rp. 769.532,84 per individu per kunjungan. Jika nilai ekonomi tersebut dibandingkan dengan penerimaan aktual yang diterima oleh Wisata Bahari Lamongan, maka penerimaan aktual yang diterima hanya 9,7% dari nilai ekonomi yang didapat. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa keberadaan tanjung kodok dan fasilitas wahana permainan yang dijadikan sebagai wisata memberikan nilai manfaat yang sangat besar terhadap pengunjung yang datang dimana kelebihan (surplus) yang dinikmati konsumen (pengunjung) karena kemampuannya untuk membayar masih jauh diatas rata – rata biaya yang dikeluarkan untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Perbandingan antara nilai surplus konsumen per individu per kunjungan sebesar Rp. 769.532,84 dengan biaya perjalanan per individu per kunjungan sebesar Rp. 442.562,- yang berarti biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung tidak melebihi nilai surplus atau nilai manfaat dari objek Wisata Bahari Lamongan, atau bisa dibilang nilai surplus jauh diatas biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung. Hal tersebut berarti bahwa manfaat yang diterima pengunjung jauh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan untuk mengunjungi objek Wisata Bahari Lamongan,

Maka dengan pernyataan tersebut diharapkan pihak pengelola melakukan perbaikan terhadap fasilitas yang ada, kebersihan, keamanan tempat dan wahana permainan karena hal tersebut juga akan menambah keindahan dan daya tarik dari objek Wisata Bahari Lamongan yang dapat meningkatkan minat dan kunjungan wisatawan terhadap objek Wisata Bahari Lamongan serta dapat meningkatkan penerimaan aktual yang diterima oleh objek Wisata Bahari Lamongan. Selain meningkatkan penerimaan aktual objek Wisata Bahari

Lamongan, meningkatnya minat dan kunjungan wisatawan juga akan memberikan dampak positif terhadap perekonomian Kabupaten Lamongan dan membuka peluang usaha bagi masyarakat Kecamatan Paciran terutama masyarakat sekitar lokasi objek Wisata Bahari Lamongan. Sehingga dengan berdirinya objek Wisata Bahari Lamongan tidak hanya menguntungkan industri pariwisata tersebut, namun juga memberikan *multiplier effects* terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan untuk analisis permintaan jumlah kunjungan dan nilai ekonomi dengan menggunakan aplikasi *Travel Cost Method* atau metode biaya perjalanan pada objek Wisata Bahari Lamongan, Desa Paciran, Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan, Jawa timur maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa karakteristik wisatawan yang datang ke objek Wisata Bahari Lamongan beragam, didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Jawa Timur, dan dari kelompok umur yang produktif yang datang bersama ke objek Wisata Bahari Lamongan bersama dengan teman/rombongan. Sedangkan karakteristik objek Wisata Bahari Lamongan yaitu kawasan wisata yang berbasis laut (bahari), objek Tanjung Kodok, wahana permainan yang tidak sedikit dan memiliki fasilitas yang memadai yang memungkinkan wisatawan untuk berwisata bahari seperti melakukan renang, memancing, naik *Banana Boat* dan masih banyak wahana yang lainnya.
2. Hasil uji t-statistik menunjukkan variabel bebas yaitu variabel jarak, kebersihan, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat yaitu jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan. Dan dari hasil uji statistik F menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu total biaya perjalanan ke objek Wisata Bahari Lamongan, tingkat pendidikan, pendapatan, jarak, umur, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap variabel jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan.

3. Hasil perhitungan didapatkan hasil surplus konsumen per individu kunjungan sebesar Rp. 769.532,84, hal tersebut berarti bahwa kelebihan (surplus) yang dinikmati konsumen (pengunjung) karena kemampuannya untuk membayar melebihi permintaan aktualnya, dimana nilai aktual atau harga rata – rata yang dikeluarkan untuk biaya perjalanan menuju objek Wisata Bahari Lamongan untuk individu sebesar Rp. 442.562,5 Dalam setahun terakhir jumlah kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan diperkirakan sebanyak 619.474 pengunjung, sehingga diperoleh nilai ekonomi dari objek Wisata Bahari Lamongan sebesar Rp.476.705.140.504,88 per tahun.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul Valuasi Ekonomi Menggunakan Travel Cost Method Pada Obyek Wisata Bahari Lamongan (WBL) Kabupaten Lamongan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Koefisien variabel pendapatan yang memiliki tanda positif pada saat dilakukan analisis regresi, maka dapat dilihat bahwa objek Wisata Bahari Lamongan merupakan suatu barang yang normal, sehingga menyebabkan semakin tingginya pendapatan wisatawan maka semakin tinggi juga jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan. Maka dari itu saran untuk untuk pengelola perlunya penambahan penganekaragaman daya tarik wisatawan terhadap objek Wisata Bahari Lamongan. Seperti penambahan wahana permainan, mushola, perluasan lahan parkir, dan hal-hal lain yang belum tersedia di objek Wisata Bahari Lamongan, agar pengunjung yang telah berkunjung terus bersedia untuk datang kembali ke objek Wisata Bahari Lamongan.

2. Saran untuk pemerintah Kabupaten Lamongan adalah menjadikan objek Wisata Bahari Lamongan menjadi ikon wisata Kabupaten Lamongan. Karena objek Wisata Bahari Lamongan berada di wilayah Kabupaten Lamongan yang memiliki potensi paling besar dalam penyumbangan pendapatan daerah.
3. Berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 66 persen variasi variabel dependent (terikat) yaitu jumlah permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan yang mampu dijelaskan oleh variabel independent (bebas). Sedangkan sisanya 34 persen dijelaskan oleh variabel diluar model. Maka saran yang dapat dikemukakan terhadap situasi tersebut khususnya untuk penelitian yang akan datang adalah masih banyak variabel-variabel yang lebih beragam yang bisa dijadikan sebagai bahasan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kunjungan ke objek Wisata Bahari Lamongan yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.
4. Untuk Pihak Wisata Bahari Lamongan disarankan memperhatikan Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) agar terjalin hubungan baik dengan masyarakat dan lingkungan sekitar objek wisata untuk terciptanya kelestarian lingkungan dan sumberdaya alam yang ada disekitar objek Wisata Bahari Lamongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afia Salma, Irma dan Indah Susilowati, 2004. Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost. Kendal.
- Ali, Mustafa Kamal. 2013. Penggunaan Metode Role Playing Berbantuan Media Audiovisual untuk Meningkatkan Keterampilan Berbicara Siswa Kelas IV B SDN Gisikrono 03 Semarang. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Andi Supangat. 2008. Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Parametrik. Jakarta: Kencana Prenada.
- Aprilia, Hera. (2009). Evaluasi Pelaksanaan Program Transmigrasi Lokal Model Ring I Pola Tani Nelayan di Bugel Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo Dan Gesing Kecamatan Panggang Kabupaten Gunungkidul. Yogyakarta
- Agustin, Sri Ulfa Sentosa, dan Hasdi Aimon. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Domestik Terhadap Objek Wisata Bahari Pulau Cingkuak Kabupaten Pesisir Selatan. Jurnal Kajian Ekonomi, Juli, Vol.III, No.5. Universitas Negeri Padang. Padang.
- Ariyanto, 2005. Ekonomi Pariwisata, <http://www.geocities.com/ariyantoeks79/home.html>
Diakses tanggal 11 April 2016 Pukul 23.12 WIB.
- Azwar. Saifuddin. 2013. Metode Penelitian. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Bakri, Jumriana. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Wisata Alam Bantimurung. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Bambang, T.P dan Adi, K. 2009. Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang. Jurnal Balai Penelitian Kehutanan Palembang. Palembang.
- Boediono, 1999. Teori Pertumbuhan Ekonomi. Seri Sinopsis, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Budiarto, Eko. 2003. Metodologi Penelitian Kedokteran. EGC. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2001. Metodologi Penelitian Sosial. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lamongan. 2016. <http://lamongankab.go.id/instansi/disbudpar> Diakses tanggal 11 April 2016 Pukul 21.32 WIB.

Fauzi, Akhmad. 2000. Persepsi terhadap Nilai Ekonomi Sumberdaya: Pelatihan untuk Pelatih Pengelola Wilayah Pesisir Terpadu. Institut Pertanian Bogor, Pusat Kajian Sumberdaya Pesisir dan Kelautan. Bogor.

Fauzi, Akhmad. 2014. Valuasi Ekonomi dan Penilaian Kerusakan Sumber Daya Alam dan Lingkungan. IPB Press. Bogor.

Firandari, T. 2009. Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Gintung dengan Metode Biaya Perjalanan. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB, Bogor.

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima). Universitas Diponegoro. Semarang.

Gitapati, Dolina. 2012. Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Nglimit Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.

Gujarati, Damodar N. 2006. Dasar – Dasar Ekonometrika. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Hariwijaya. (2007). Teknik Penulisan Skripsi & Tesis. ORYZA, Yogyakarta

Hidayat. 2011. Menyusun Skripsi dan Tesis Edisi Revisi. Informatika. Bandung.

Hufschmidt, M.M, D.e.james, A.D. Meister, B.T Bower, J.A. Dixon. 1987. Lingkungan Sistem Alami Dan Lingkungan. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.

Irma Afia And Susilowati, Indah (2004) Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost. Jurnal Dinamika Pembangunan (Jdp), Volume 1

Idrus, Muhammad. 2007. Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif edisi kedua. Erlangga. Jakarta.

Kuntarti, Sulistiyono, Kurnianingsih Sri, 2006, Matematika SMA dan MA kelas XII IPA, Esis, Jakarta.

Kusumaningsih, Nellyana. 2007. Analisis Permintaan Rekreasi dan Wisata Bahari Di Gili Trawangan Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Kuswadi dan E. Mutiara, 2004. DELTA : Delapan Langkah dan Tujuh Alat Statistik Untuk Peningkatan Mutu Berbasis Komputer. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Laily, Nur dan Pristyadi, Budiyo. 2013. Teori Ekonomi. Graha Ilmu. Yogyakarta

LamonganKab. 2016. Pariwisata Kabupaten Lamongan. Diakses tanggal 20 Mei 2016.

Latip, Abdul. 2016. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Permintaan Kunjungan Dan Nilai Ekonomi Ekowisata Mangrove Beejay Bakau Resort Di Kota Probolinggo Jawa Timur. Universitas Brawijaya. Malang.

Masyhuri dan Zainuddin, M. (2008). Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi. Refika Aditama. Bandung.

Moch. Nazir. 2003. Metode Penelitian. Salemba Empat. Jakarta.

Mulyani, Rina. 2006. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kawasan Wisata Pantai Carita Kabupaten Pandeglang. Skripsi. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.

Muslimin. 2002. Metode Penelitian di Bidang Sosial. Bayu Media UMM Press. Malang.

Nasution. 2004. Metode *Research*. Bumi Aksara. Jakarta.

Nazhar, Niswar. 2013. Analisis Valuasi Ekonomi Menggunakan Travel Cost Method Pada Objek Wisata Pantai Akkarena Kota Makassar. Universitas Hasanuddin. Makassar.

Nursalam. 2008. Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan. Salemba Medika. Jakarta.

Olson, David; & Shi, Yong. 2007. Introduction to Business Data Mining. McGraw Hill. New York.

Pracoyo, Tri Kunawangsih & Antyo Pracoyo, 2006. Aspek Dasar Ekonomi Mikro. Penerbit PT Grasindo. Jakarta.

Rahardja dan Manurung. 2010. Teori Ekonomi Mikro (Suatu Pengantar). Lembaga Penerbit FEUI. Jakarta.

- Sanim, B. 1997. Metoda Valuasi Sumberdaya dan Jasa-Jasa Lingkungan. Makalah Pelatihan Perencanaan dan Pengelolaan Wilayah Pesisir Secara Terpadu, 25 November 1996-9 Januari 1997. PKSPL. IPB, Bogor.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Salemba Empat. Jakarta.
- Soekadijo. 2000. Tours and travel marketing. Gramedia. Jakarta.
- Sari, Endang. 1993. Audience Research : Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa. ANDI. Yogyakarta
- Sugiarto. 2007. Sebuah Kajian Komprehensif. Gramedia Pustaka. Jakarta
- Sugiyono. 1994. Metode Penelitian Administrasi. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, Sadono. 2013. Mikroekonomi: Teori Pengantar. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. ANDI. Yogyakarta
- Suryawati. 2003. Teori Ekonomi Mikro. Unit Penerbit dan Percetakan AMP KPN Yogyakarta. Yogyakarta.
- Susilowati, Mutiara I. 2009. Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan . Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Syofian Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana. Jakarta.
- T. Gilarso. 2007. Pengantar Ilmu Ekonomi Makro. Edisi Pertama. IKAPI. Yogyakarta.
- Triyono, Dimas. 2016. Valuasi Ekonomi Terumbu Karang Menggunakan Travel Cost Method Pada Kawasan Clungup Mangrove Conservation Sendang Biru Desa Tambakrejo Kabupaten Malang. Universitas Brawijaya. Malang.
- Umar, Husen. 2010. Desain penelitian manajemen strategik: cara mudah meneliti masalah-masalah manajemen strategik untuk skripsi, tesis, dan praktik bisnis. Rajawali Pers. Jakarta

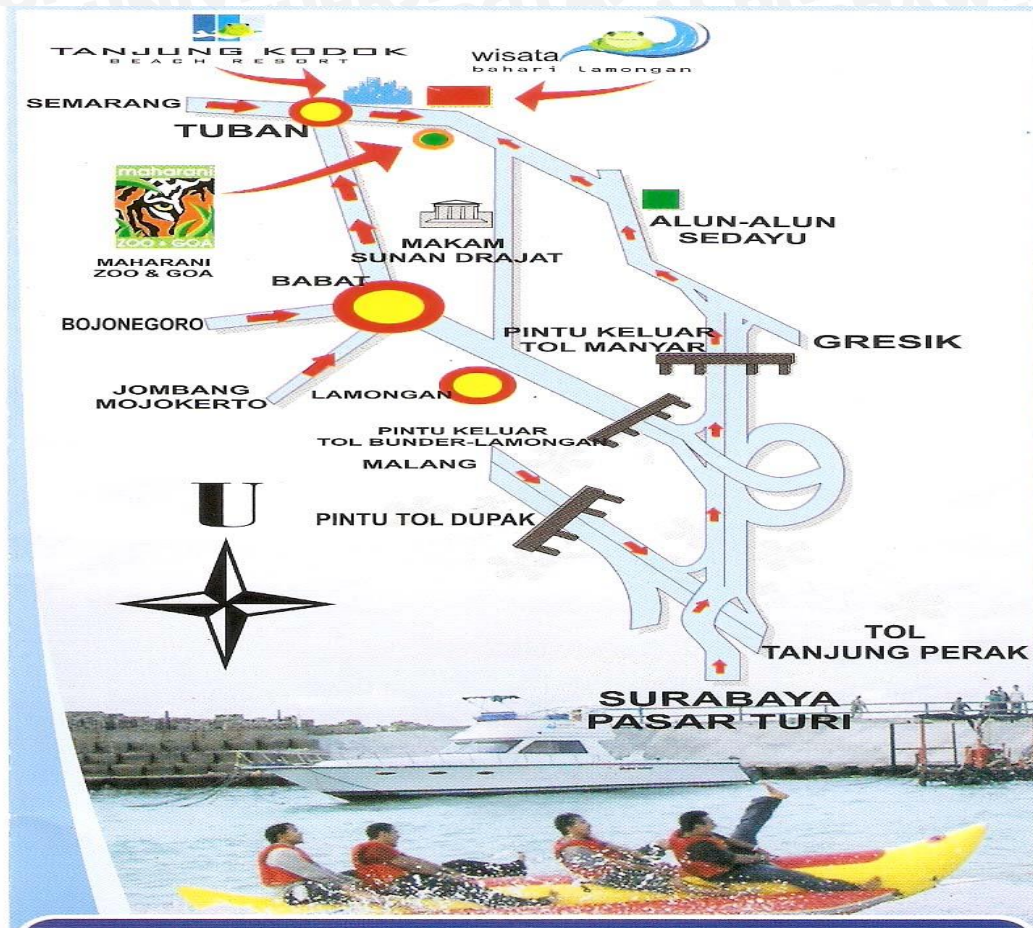
Wawo, M, James, A dan Johana, H. 2008. Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Hunimua Desa Liang Kec. Salahutu-Maluku Tengah. Jurnal Penelitian Jurusan Manajemen Sumberdaya Perairan . Universitas Pattimura. Maluku.

Wisata Bahari Lamongan. 2016. <http://www.wisatabaharilamongan.com/> Diakses tanggal 11 April 2016 Pukul 21.32 WIB.

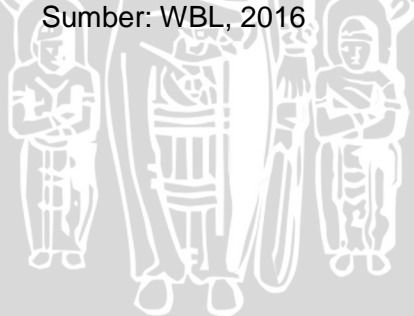
Zulganef. 2006. Konsep Persamaan Struktural dan Aplikasinya Menggunakan AMOS 5. Penerbit Pustaka. Bandung.



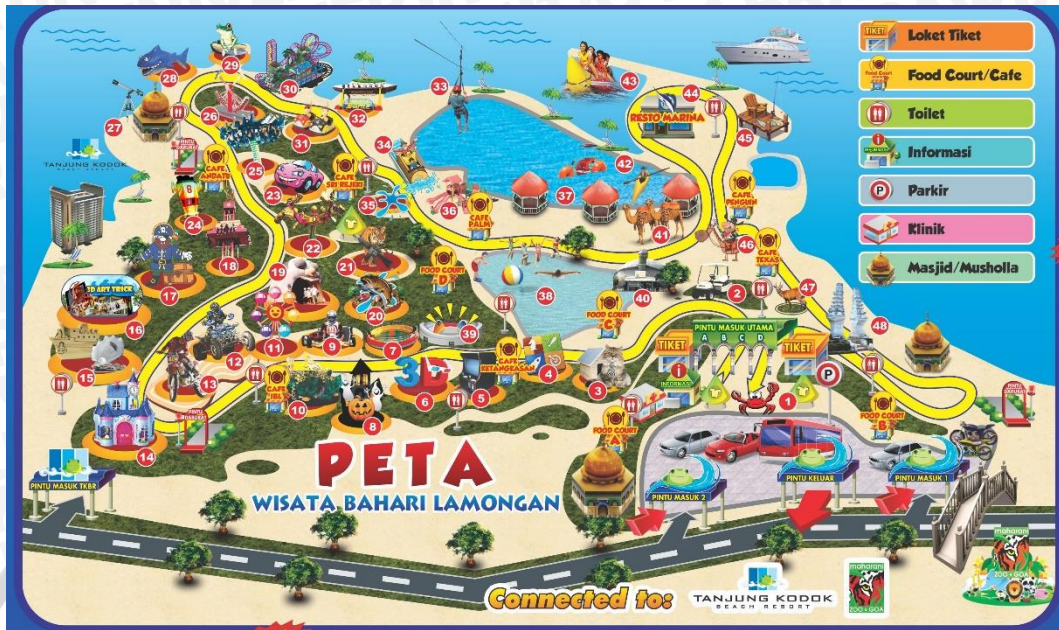
Lampiran 2. Lokasi Wisata Bahari Lamongan



Sumber: WBL, 2016



Lampiran 3. Denah Wisata Bahari Lamongan



Sumber: WBL, 2016

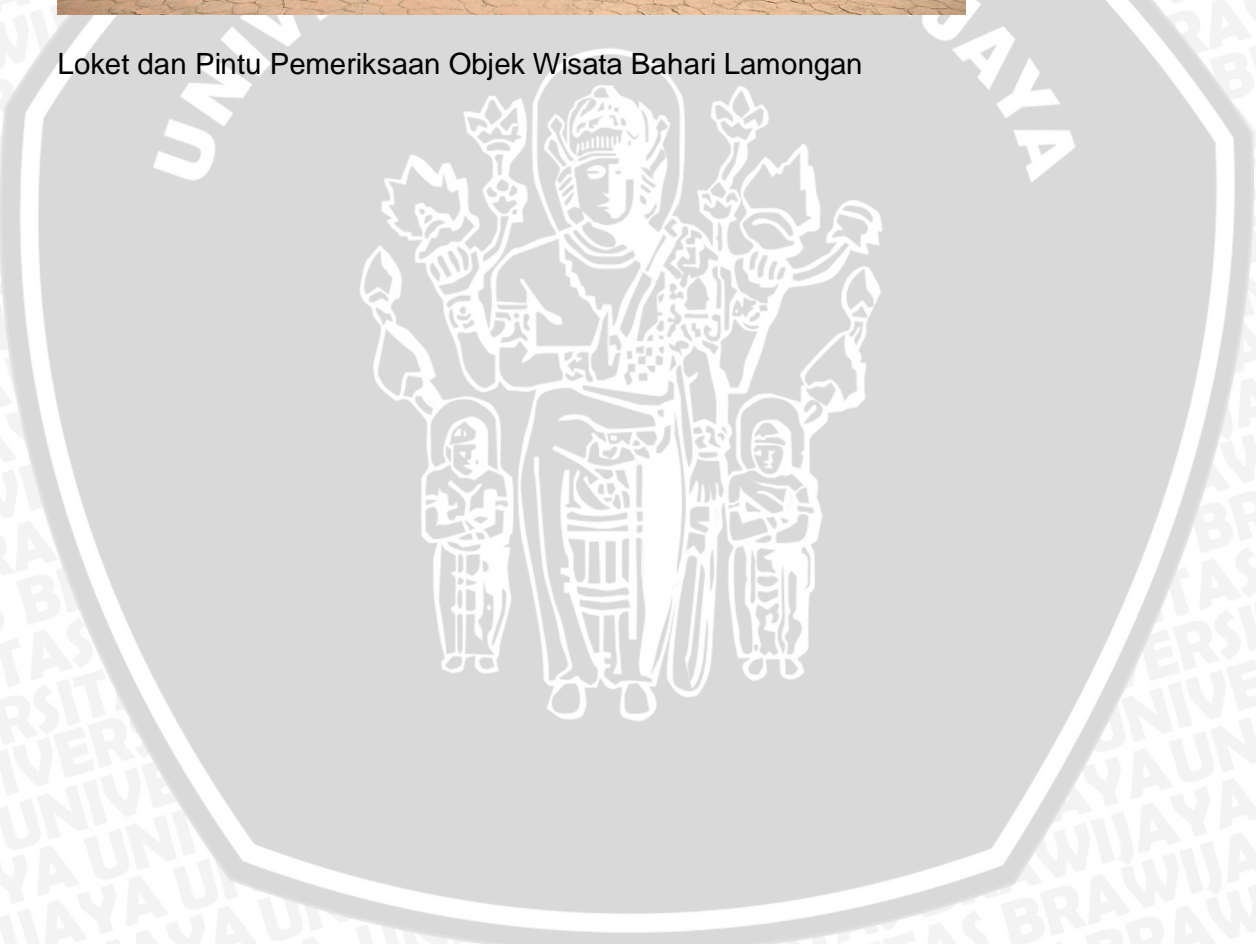
Lampiran 4. Dokumentasi Hasil Penelitian












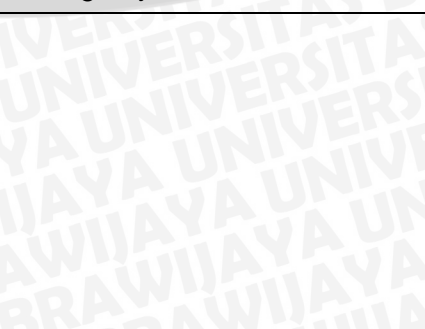
Pintu Masuk Objek Wisata Bahari Lamongan



Loket dan Pintu Pemeriksaan Objek Wisata Bahari Lamongan



Lampiran 5. Wahana Permainan Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Wahana Permainan	No.	Wahana Permainan
1	Balok Apung 	21	Goa Insectarium 
2	3D Art Trick 	22	Planet Kaca 
3	Crazy Wheel 	23	Tembak Ikan 
4	Speed Flip 	24	Taman Berburu 
5	Ranger 	25	Sarang Bajak Laut 

			
6	Drop Zone 	26	Bumper Car 
7	Istana Boneka 	27	Permainan Air 
8	Crazy Car Coaster 	28	Rodeo 
9	Taman Satwa Kijang	29	Bioskop Desperado



10 Paus Dangdut



30 Galeri Kapal dan Kerang



11 Tagada

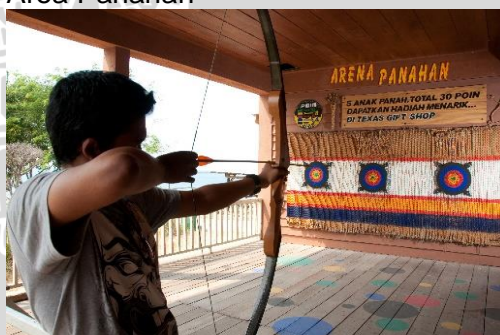


31 Rumah Kucing



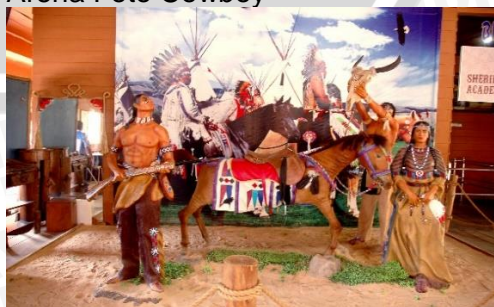
12 Jet Coaster









32 Area Panahan




13 Space Shuttle

33 Arena Foto Cowboy



<p>14 Kolam Renang Anak dan Dewasa</p> 	<p>34 Kereta Andong</p> 
<p>15 Anjungan Wali Songo</p> 	<p>35 Arena Ketangkasan</p> 
<p>16 Bioskop 3 Dimensi</p> 	<p>36 Flying fox</p> 
<p>17 Rumah Sakit Hantu</p> 	<p>37 Go-Kart</p> 

<p>18 Rotary Coaster</p> 	<p>38 ATV</p> 
<p>19 Istana Bawah Laut</p> 	<p>39 Passer</p> 
<p>20 Motor Cross</p> 	<p>40 Onta tunggang</p> 



Lampiran 6. Hasil Regresi Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Jumlah
Permintaan Kunjungan Objek Wisata Bahari Lamongan

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VAR00009, VAR00007, VAR00008, VAR00006, VAR00005, VAR00004, VAR00003, VAR00002 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: VAR00001

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.847 ^a	.718	.660	.55077	.718	12.398	8	39	.000	2.147

a. Predictors: (Constant), VAR00009, VAR00007, VAR00008, VAR00006, VAR00005, VAR00004, VAR00003, VAR00002

b. Dependent Variable: VAR00001

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.086	8	3.761	12.398	.000 ^a
	Residual	11.830	39	.303		
	Total	41.917	47			

a. Predictors: (Constant), VAR00009, VAR00007, VAR00008, VAR00006, VAR00005, VAR00004, VAR00003, VAR00002

b. Dependent Variable: VAR00001

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.084	2.341		1.318	.195		
	VAR00002	-.132	.161	-.083	-.820	.417	.714	1.401
	VAR00003	.055	.044	.119	1.253	.218	.799	1.252
	VAR00004	-.084	.084	-.091	-1.000	.324	.883	1.132
	VAR00005	-.576	.104	-.555	-5.532	.000	.720	1.388
	VAR00006	.023	.228	.009	.100	.921	.875	1.142
	VAR00007	.892	.572	.136	1.561	.127	.948	1.055
	VAR00008	1.726	.295	.510	5.858	.000	.953	1.049
	VAR00009	1.163	.425	.249	2.737	.009	.876	1.142

a. Dependent Variable: VAR00001

Lampiran 7. Hasil Regresi Biaya Perjalanan untuk Perhitungan Surplus
Konsumen Objek Wisata Bahari Lamongan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.951	.275		10.715	.000		
	VAR00002	-1.489E-6	.000	-.370	-2.703	.010	1.000	1.000

a. Dependent Variable: VAR00001

Lampiran 8. Jumlah Pengunjung Periode April 2015 – Maret 2016

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (Orang)
1	April	86.115
2	Mei	134.769
3	Juni	65.531
4	Juli	48.455
5	Agustus	30.405
6	September	27.701
7	Oktober	33.923
8	November	34.181
9	Desember	98.797
10	Januari	35.158
11	Februari	13.057
12	Maret	11.382
total		619.474

Lampiran 9. Perhitungan Surplus Konsumen dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Bahari Lamongan

No.	Perhitungan	Nilai
1.	Nilai $\alpha 1$	0,000001489
2.	Jumlah Pengunjung pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	619.474
3.	Surplus Konsumen (Per Kunjungan)	Rp. 335.795,-
4.	Surplus Konsumen (Per Tahun)	Rp. 769.532,-
5.	Penerimaan Aktual pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	Rp. 46.054.400.000.-
6.	Nilai Total Ekonomi pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	Rp.208.016.792.188.-
7.	Nilai Penerimaan Potensial pada April 2015 sampai dengan Maret 2016	Rp.245.802.554.880.-
8.	Rata-Rata Kunjungan (Per Individu)	2,3
9.	Rata-Rata Biaya Perjalanan	Rp. 442.562,-

Diketahui : $\alpha 1 = 0,000001489$

Jumlah Kunjungan 1 Tahun = 619.474

Rumus Surplus Konsumen = $\frac{N2}{2\alpha 1}$

No	Jumlah kunjungan	SK/Individu	SK/Individu/Kunjungan
1	2	671.591,67	335.795,84
2	1	335.795,84	335.795,84
3	3	1.007.387,51	335.795,84
4	3	1.007.387,51	335.795,84
5	3	1.007.387,51	335.795,84
6	4	1.343.183,34	335.795,84
7	2	671.591,67	335.795,84
8	1	335.795,84	335.795,84
9	3	1.007.387,51	335.795,84
10	1	335.795,84	335.795,84
11	1	335.795,84	335.795,84
12	3	1.007.387,51	335.795,84
13	3	1.007.387,51	335.795,84
14	2	671.591,67	335.795,84
15	4	1.343.183,34	335.795,84
16	4	1.343.183,34	335.795,84
17	1	335.795,84	335.795,84

18	1	335.795,84	335.795,84
19	4	1.343.183,34	335.795,84
20	2	671.591,67	335.795,84
21	3	1.007.387,51	335.795,84
22	2	671.591,67	335.795,84
23	3	1.007.387,51	335.795,84
24	3	1.007.387,51	335.795,84
25	1	335.795,84	335.795,84
26	1	335.795,84	335.795,84
27	2	671.591,67	335.795,84
28	1	335.795,84	335.795,84
29	2	671.591,67	335.795,84
30	1	335.795,84	335.795,84
31	2	671.591,67	335.795,84
32	3	1.007.387,51	335.795,84
33	3	1.007.387,51	335.795,84
34	2	671.591,67	335.795,84
35	2	671.591,67	335.795,84
36	1	335.795,84	335.795,84
37	3	1.007.387,51	335.795,84
38	1	335.795,84	335.795,84
39	2	671.591,67	335.795,84
40	3	1.007.387,51	335.795,84
41	3	1.007.387,51	335.795,84
42	2	671.591,67	335.795,84
43	2	671.591,67	335.795,84
44	3	1.007.387,51	335.795,84
45	3	1.007.387,51	335.795,84
46	3	1.007.387,51	335.795,84
47	3	1.007.387,51	335.795,84
48	2	671.591,67	335.795,84
Jumlah	110	36.937.541,97	16.453.995,97
Rata-rata	2,29	769.532,12	335.795,84

Nilai Ekonomi = Surplus Konsumen per Individu per Kunjungan X Jumlah

Kunjungan 1 Tahun

$$= 335.795,84 \times 619.474$$

$$= \text{Rp.}208.016.792.188,16 \text{ per tahun}$$

Nilai Potensial = Asumsi jumlah pengunjung setiap hari x Jumlah hari selama 1 tahun x surplus konsumen per individu per kunjungan

$$= 2000 \times 366 \times 335.795,84$$

$$= \text{Rp. } 245.802.554.880$$

