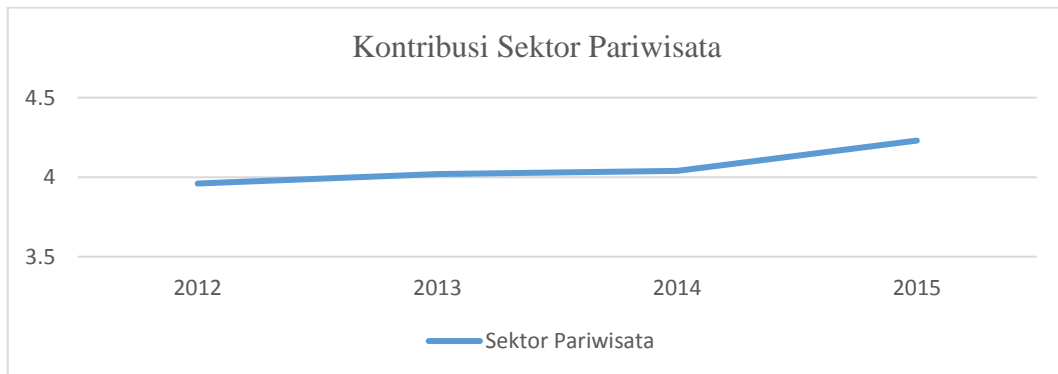


## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Memasuki era globalisasi, sektor pariwisata berperan penting dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara. Hal tersebut menyebabkan setiap negara mulai dihadapkan pada persaingan dalam bidang pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan dan standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya (Wahab, 1997).

Indonesia menempati peringkat daya saing pariwisata di WEF (*World Economic Forum*) dengan menempati posisi ke-50 di antara 141 negara pada tahun 2015 (Kemenpar, 2016). Persaingan menuntut agar Indonesia meningkatkan kinerja untuk mempertahankan eksistensi kepariwisataannya. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor pariwisata Indonesia di tahun 2012 hingga 2015 (Gambar 1).



Gambar 1. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDB Tahun 2012-2015.

Sektor pariwisata Indonesia menyumbangkan devisa negara yang cukup besar bagi negara. Sektor pariwisata menempati posisi ke-4 pada tahun 2015 setelah sektor minyak dan gas bumi, batu bara dan minyak kelapa sawit. Dalam kurun waktu 4 tahun (2012-2015), posisi sektor pariwisata dalam penyumbang devisa negara Indonesia mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014, sektor pariwisata mampu menyumbang devisa terbesar dari tahun sebelumnya yakni US\$ 11.166,1 juta. Sedangkan pada tahun 2015, nilai sumbangan devisa pariwisata mengalami penurunan yang cukup drastis, yakni

US\$ 9.691,6. Namun, jika dilihat dari nilai *growth rate* komoditi penyumbang devisa negara Indonesia, pariwisata memiliki rata-rata pertumbuhan paling baik dibanding dengan komoditi lain (tabel 1). Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor unggulan yang dimiliki oleh Indonesia sebagai penyumbang devisa.

Tabel 1. Penerimaan Devisa Pariwisata Dibandingkan dengan Komoditi Ekspor Lainnya Tahun 2012-2015.

Jenis Komoditi (Juta US\$)	2012	2013	2014	2015	Growth Rate
Minyak dan gas bumi	36.977,00	32.633,20	30.318,8	15.755,6	-22,3 %
Batu bara	26.166,30	24.501,40	20.819,3	13.633,0	-18,6 %
Minyak kelapa sawit	18.845,00	15.839,10	17.464,9	12.904,2	-17,4 %
Karet olahan	10.394,50	9.316,60	7.021,7	4.997,8	-21,3 %
<b>Pariwisata</b>	<b>9.120,85</b>	<b>10.054,10</b>	<b>11.166,1</b>	<b>9.691,6</b>	<b>2,7 %</b>
Pakaian jadi	7.304,70	7.501,0	7.450,9	6.117,1	-5,3 %

Sumber: Kemenpar, 2016 (diolah)

Mengingat sektor pariwisata merupakan sektor unggulan, Jawa Timur menempati posisi pertama dari keempat provinsi di Indonesia yang merupakan pusat aktivitas pariwisata setelah Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jakarta (Kemenpar, 2016). Sehingga, Jawa Timur memiliki potensi untuk mampu melaksanakan diversifikasi tujuan wisata, khususnya Kabupaten Malang.

Kabupaten Malang telah menerapkan istilah *sustainable tourism* (pariwisata berkelanjutan) yaitu industri pariwisata yang berbasis pada perlindungan sumber daya alam dan lingkungan sebagai penyumbang jasa pada kegiatan wisata (Yoeti, 2008). Hal tersebut tercermin dari permintaan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang konstan, diiringi dengan masih terjaganya identitas Kabupaten Malang, seperti kekayaan produksi tanaman pangan, buah, bunga dan sayuran, serta panorama pegunungan dan perbukitan. Hal ini juga sejalan dengan Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Malang Tahun 2016-2021 yang telah dirumuskan dan disepakati bersama antara *stakeholders* (pemangku kepentingan) untuk mewujudkan Kabupaten Malang sebagai Bumi Agro Wisata yang terkemuka di Jawa Timur. Menjadi salah satu ikon pariwisata bidang pertanian di provinsi Jawa Timur,

Kabupaten Malang mulai berbenah, mempercantik diri dan menambah pembangunan infrastruktur kawasan-kawasan pariwisata berbasis alam yang berkelanjutan.

Diperlukan pengetahuan dan perhitungan yang realistis dalam menggali manfaat sumberdaya alam secara menyeluruh dalam mencapai pemanfaatan sumberdaya secara optimal dan berkelanjutan, baik manfaat yang nyata (*tangible*) maupun manfaat yang tidak dapat dinyatakan secara jelas (*intangibile*) (Darusman, 1991). Perkebunan merupakan salah satu sumberdaya alam yang memiliki manfaat *tangible* misalnya kayu, rotan, getah, daun dan sebagainya, serta manfaat *intangibile* seperti rekreasi, hidrologi, pendidikan, dan sebagainya (Sunarto, 2003).

Wisata Agro Wonosari adalah salah satu destinasi wisata perkebunan di Kabupaten Malang yang memiliki manfaat *tangible* dan *intangibile*. Manfaat tersebut tercermin dari hasil pertanian dan kegiatan wisata, seperti daun teh yang dapat dimanfaatkan langsung sebagai bahan minuman serta lokasi kebun teh yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana rekreasi, pendidikan, olahraga dan sebagainya. Di bawah pengelolaan PT. Perkebunan Nusantara XII (Persero), Wisata Agro Wonosari merupakan usaha perusahaan dalam beradaptasi terhadap tren pariwisata. Tren wisata masa kini yaitu wisata alam atau berkonsepkan *back to nature* seperti gunung, hutan, kebun, laut atau danau (Bedanta et.al, 2010). Dengan melihat tren wisata, Wisata Agro Wonosari berpeluang menjadi pilihan prioritas bagi masyarakat yang ingin merasakan wisata bertemakan alam.

Wisata Agro Wonosari berlokasi di Desa Toyomarto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Lokasi ini terkenal dengan kebun teh yang membentang di sepanjang perjalanan menuju tempat wisata. Terdapat jenis (klon) teh andalan yang dimiliki oleh Wisata Agro Wonosari, yakni seperti teh tiongkok (*Camellia sinensis*) dan teh india (*Camelia assamica*) (Rolaspedia, 2015). Tidak hanya mata dimanjakan oleh keasrian tanaman teh segar. Namun, panorama oleh deretan Gunung Arjuna hingga Gunung Semeru merupakan fasilitas bagi wisatawan saat berkunjung ke Wisata Agro Wonosari.

Mengingat potensi wilayah serta eksistensi keberadaan tempat yang sudah diketahui oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dijadikan acuan oleh pengelola Wisata

Agro Wonosari dalam membangun serta melakukan perbaikan terutama terkait dengan fasilitas dan penataan kawasan secara arsitektural dengan tujuan untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan alam maupun budaya serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan, sehingga memberi manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. Namun hingga kini, potensi tersebut belum dikelola dengan baik dan optimal oleh pemerintah daerah maupun pihak pengelola, sehingga dapat mengakibatkan menurunnya minat pengunjung dalam berwisata di Wisata Agro Wonosari. Selain itu, apabila terjadi kesalahan dalam mengelola suatu wisata alam, maka akan terjadi ketidakseimbangan lingkungan yang dapat menyebabkan penurunan kualitas lokasi wisata. Fauzi (2014) menyatakan bahwa kegiatan ekonomi yang mengakibatkan kerusakan lingkungan, pada akhirnya lingkungan akan memberikan umpan balik yang negatif pada kegiatan perekonomian. Oleh karena itu, pengambilan keputusan dalam pengembangan lokasi wisata berbasis alam perlu didasarkan pada pendekatan ekonomi maupun lingkungan.

Valuasi ekonomi merupakan salah satu metode yang dilakukan untuk menghitung nilai ekonomi sumber daya alam dan lingkungan dalam bentuk nilai uang (Fauzi, 2014). Metode valuasi ekonomi yang dapat digunakan dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata salah satunya adalah dengan pendekatan TCM (*Travel Cost Method*). Prinsip dasar metode TCM adalah teori permintaan, dimana nilai yang diberikan seseorang terhadap lingkungan (atribut yang tidak terpasarkan) dapat disimpulkan dari biaya yang dikeluarkan ke lokasi yang dikunjungi (biaya perjalanan) (Suparmoko, 2014). Biaya perjalanan juga diartikan sebagai kesediaan membayar pengunjung (*willingness to pay*) dalam melakukan kunjungan wisata.

Secara umum, terdapat tiga pendekatan TCM yang digunakan dalam analisis valuasi ekonomi, yakni *Individual Travel Cost Method* (ITCM), *Zona Travel Cost Method* (ZTCM) dan *Random Utility Model* (RUM) (Fauzi, 2014). Tidak seperti pendekatan ZTCM dan RUM yang menggunakan data sekunder, melainkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan ITCM, karena ITCM menggunakan data primer sebagai sumber data olahan. Salah satu kelebihan dari penggunaan data primer

adalah apabila peneliti merasa data yang diolah terjadi bias, peneliti dapat memperbaiki data dengan cara mengambil data ulang.

Penelitian ini dilakukan untuk menjaga keberlanjutan kegiatan ekonomi pada Wisata Agro Wonosari, mengingat lokasi wisata tersebut kegiatan ekonominya bergantung pada kondisi lingkungan yang tersedia. Keberlanjutan tersebut salah satunya dapat dicapai melalui perhitungan valuasi dalam mengestimasi nilai ekonomi yang dilakukan dengan pendekatan ITCM berdasarkan biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk melakukan kunjungan ke sebuah objek wisata (Pearsons, 2003). Karena, biaya perjalanan tersebut secara tidak langsung mencerminkan kesediaan membayar pengunjung dalam menjaga keberlanjutan ekosistem pada lokasi wisata. Jadi, apabila jumlah pengunjung minim akan berdampak pada minimnya penerimaan Wisata Agro Wonosari, sehingga utilitas marginal untuk meningkatkan kualitas lokasi wisata juga minim. Sedangkan apabila jumlah pengunjung banyak akan berdampak pada tingginya nilai penerimaan Wisata Agro Wonosari, sehingga utilitas marginal untuk meningkatkan kualitas lokasi wisata juga mencukupi (Fauzi, 2014).

Pada dasarnya, valuasi ekonomi dengan pendekatan ITCM dibangun atas dasar teori permintaan, maka mengetahui jumlah permintaan wisata merupakan isu sentral. Permintaan wisata terbentuk dari biaya perjalanan dan faktor sosial ekonomi lainnya yang diduga mempengaruhi kunjungan wisata. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kunjungan wisata dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Dengan diketahui nilai valuasi ekonomi dari Wisata Agro Wonosari dapat dilakukan pengambilan keputusan mengenai pengembangan lokasi wisata tanpa menyebabkan berkurangnya nilai guna yang didapatkan oleh pengunjung. Selain itu, diperlukan analisis estimasi penerimaan yang dilakukan berdasarkan nilai penerimaan potensial yang mungkin didapatkan oleh Wisata Agro Wonosari melalui penjualan tiket masuk, agar dapat menjadi acuan bagi pihak pengelola dalam penentuan target penerimaan pada tahun 2017. Mengingat penerimaan merupakan modal dalam meningkatkan kualitas lokasi wisata.

## 1.2. Rumusan Masalah

Kabupaten Malang merupakan kabupaten yang terpilih sebagai salah satu destinasi wisata di Jawa Timur (Kemenpar, 2016). Hal tersebut didasarkan pada potensi yang dimiliki Kabupaten Malang dari sisi geografisnya. Ketinggian dan letak dari Kabupaten Malang memiliki daya tarik tersendiri karena memiliki daerah yang berbukit dan dikelilingi oleh beberapa gunung. Objek wisata alam yang dimiliki oleh Kabupaten Malang sangat beragam, dari agrowisata, ekowisata, hingga wanawisata. Salah satu wisata alam yang terdapat di Kabupaten Malang adalah Wisata Agro Wonosari.

Wisata Agro Wonosari merupakan salah satu destinasi wisata yang terletak di Desa Toyomarto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Terdapat beragam fasilitas wisata yang ditawarkan lokasi wisata ini, seperti edukasi mengenai proses pengolahan teh, lapangan olahraga, kolam renang, cafe, toko souvenir, kebun binatang mini, wahana permainan, hotel, pasar buah dan bunga serta pemandangan alam seperti perkebunan teh dan pegunungan yang indah. Selain itu, Wisata Agro Wonosari memiliki potensi ekonomi yang cukup besar di Kabupaten Malang yakni salah satunya dapat dicerminkan melalui jumlah pengunjung. Berdasarkan data yang didapatkan melalui survey pendahuluan, dari tahun 2010 hingga 2016 jumlah pengunjung Wisata Agro Wonosari cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya (Tabel 2).

Tabel 2. Rekap Data dan Target Pengunjung Wisata Agro Wonosari Tahun 2010-2016

<b>Uraian</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Jumlah Pengunjung	193.603	201.457	226.495	252.136	242.102	296.034	308.810
Target Pengunjung	200.000	250.000	250.000	250.000	300.000	300.000	350.000

Sumber: PTPN XII, 2017 (diolah)

Berdasarkan pada tabel 2, dapat terlihat bahwa jumlah pengunjung pada tahun 2010-2013 mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2014 mengalami penurunan. Sedangkan pada jumlah pengunjung tahun 2014-2016 mengalami peningkatan, tetapi kenaikan tersebut masih belum sesuai dengan target perusahaan. PT. Perkebunan Nusantara XII selaku pengelola Wisata Agro Wonosari, memiliki target operasional

untuk jumlah pengunjung mengalami peningkatan sebanyak 50.000 pengunjung per tahun. Untuk memenuhi target tersebut diperlukan adanya pengembangan lokasi wisata berkelanjutan yakni didasarkan pada pendekatan ekonomi maupun lingkungan.

Pengunjung berperan penting dalam upaya pengembangan Wisata Agro Wonosari yang berkelanjutan. Peran tersebut berupa biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk melakukan kegiatan wisata, dimana biaya tersebut merupakan *proxy* (perwakilan) dari penerimaan yang didapatkan oleh Wisata Agro Wonosari. Sehingga, dalam menarik minat kedatangan pengunjung diperlukan suatu informasi dalam melakukan pengembangan.

Penelaahan persepsi dan karakteristik pengunjung dilakukan sebagai sumber informasi dalam pengembangan Wisata Agro Wonosari. Persepsi pengunjung dapat menggambarkan pendapat atau penilaian pengunjung terhadap kondisi Wisata Agro Wonosari saat ini. Sedangkan informasi karakteristik pengunjung dapat dijadikan sebagai acuan analisis faktor yang mempengaruhi permintaan wisata. Permintaan dari Wisata Agro Wonosari dicerminkan dengan frekuensi kunjungan dari pengunjung.

Pengembangan Wisata Agro Wonosari juga dapat didasarkan pada nilai ekonomi lokasi wisata yang dapat diketahui melalui estimasi nilai surplus konsumen dari fungsi permintaan wisata. Nilai surplus konsumen tersebut dapat menunjukkan seberapa besar kesediaan pengunjung dalam membayar (*willingness to pay*) barang atau jasa yang disediakan oleh Wisata Agro Wonosari. Pendugaan besaran surplus konsumen dapat dilakukan jika hubungan antara permintaan kunjungan dan koefisien biaya perjalanan diketahui (Fauzi, 2014). Sedangkan, koefisien biaya perjalanan dapat diketahui melalui fungsi permintaan dengan pendekatan ITCM (*Individual Travel Cost Method*). ITCM dapat diartikan sebagai penilaian pengaruh dari komponen sumber daya alam dan lingkungan yang tidak terpasarkan (*non-marketed*) melalui perilaku aktual, khususnya melalui pengeluaran yang dikeluarkan seseorang dalam mekanisme pasar (Darusman, 1991).

Estimasi penerimaan potensial suatu kawasan wisata juga merupakan hal yang krusial untuk diperhitungkan. Karena, perhitungan tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk mengetahui potensi sebenarnya yang ada pada Wisata Agro Wonosari.

Potensi tersebut digunakan sebagai acuan dalam penentuan target yang harus dicapai para *stakeholder* Wisata Agro Wonosari. Dalam hal ini, peneliti mengestimasi penerimaan yang pasti didapatkan oleh pengelola ketika pengunjung melakukan wisata, yakni melalui tiket masuk. Penerimaan potensial dalam penelitian ini didefinisikan sebagai estimasi penerimaan yang mungkin diperoleh pada tahun 2017 dengan hasil dari penjualan tiket masuk pada hari biasa (*weekdays*) maupun libur (*weekend*).

Secara garis besar, nilai ekonomi dari Wisata Agro Wonosari dapat dilihat dari kesediaan membayar (*willingness to pay*) yang dicerminkan melalui biaya perjalanan pengunjung. Dengan diketahuinya nilai ekonomi Wisata Agro Wonosari, dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh *stakeholder* dalam mengembangkan lokasi wisata berkelanjutan (Hufschmidh *et al.*, 1983). Selain itu, diperlukan estimasi nilai penerimaan potensial pada Wisata Agro Wonosari yang dapat dijadikan sebagai acuan penentuan target penerimaan yang harus dicapai oleh para *stakeholder*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik dan persepsi pengunjung terhadap Wisata Agro Wonosari?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan di Wisata Agro Wonosari?
3. Berapa nilai ekonomi di Wisata Agro Wonosari dengan pendekatan metode biaya perjalanan?
4. Berapa penerimaan potensial Wisata Agro Wonosari tahun 2017 berdasarkan penjualan tiket masuk?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki 4 tujuan sesuai dengan rumusan masalah yang telah disusun, yaitu:

1. Mengidentifikasi karakteristik dan persepsi pengunjung terhadap Wisata Agro Wonosari.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata di Wisata Agro Wonosari.



3. Mengestimasi nilai ekonomi wisata dari Wisata Agro Wonosari berdasarkan pendekatan metode biaya perjalanan.
4. Mengestimasi penerimaan potensial dari Wisata Agro Wonosari tahun 2017 berdasarkan penjualan tiket masuk.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah, *stakeholder* dan pengelola wisata, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata, khususnya untuk wisata berbasis alam. Sehingga dapat meningkatkan permintaan wisata di Wisata Agro Wonosari
2. Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan tambahan dan rujukan untuk penelitian selanjutnya.