BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jasa Lingkungan

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2007 tentang Tata Hutan dan Penyusunan Rencana Pengelolaan Hutan serta Pemanfaatan Hutan, jasa lingkungan merupakan kegiatan untuk memanfaatkan potensi sumber daya alam dengan tidak merusak lingkungan serta tidak mengurangi fungsi utamanya. Produk berupa barang yang dinilai berupa hasil langsung yang berasal dari sumber daya alam dan lingkungan seperti kayu, pangan, gas, minyak, bahan tambang dan sebagainya, sedangkan untuk produk jasa yang dinilai berupa hasil tidak langsung yang disebut sebagai jasa lingkungan berupa fungsi lingkungan seperti iklim, kesejukan, keindahan, air bersih dan lain-lainnya. Berdasarkan *Milennium Ecosystem Assesment* (MEA) dalam Drakel, terdapat empat kelompok jasa lingkungan yaitu:

a. Jasa penyediaan

   Jasa penyediaan barang atau jasa yang dihasilkan dalam ekosistem yang meliputi, sumber bahan makanan, obat-obatan alamiah, kayu, bahan bakar, serat, air, mineral dan lain-lain

b. Jasa pengaturan

   Jasa pengaturan ialah hasil kemampuan ekosistem mengatur iklim, proses permukaan tanah, kualitas udara, pengaturan iklim, pengaturan air, *control* erosi, pengelolaan sampah, penjernihan air, *control* penyakit manusia, *control* biologis, pengurangan resiko, pengaturan hama dan penyakit, polusi berlebih, penigkatan nitrogen biologis, alam dan keanekaragaman hayati (penyediaan habitat untuk spesies tanaman dan hewan), perlindungan terhadap reproduksi spesies dan lain-lain

c. Jasa budaya (*cultural)*

   Jasa budaya terkait dengan manfaat yang didapat manusia melalui hiburan, relaksasi, pengembangan penalaran serta refleksi spiritual. Contohnya yaitu penyediaan warisan budaya penyediaan informasi pendidikan dan ilmiah, penyediaan peluang rekreasi dan wisata.

d. Jasa pendukung (*supporting)*

Jasa pendukung terkait dengan produksi utama formasi tanah, produksi oksigen, ketahanan tanah, ketersediaan habitat, produksi utama dan lain-lain

Berdasarkan jasa lingkungan yang telah dipaparkan, jasa yang terlihat pada Objek Wisata Alam Cangar ialah jasa pengaturan dimana Objek Wisata Alam Cangar sebagai peningkatan nitrogen biologis, alam dan keanekaragaman hayati (penyediaan habitat untuk spesies tanaman dan hewan) serta jasa budaya sebagai penyediaan peluang rekreasi dan wisata.

2.2 Konservasi Alam

Konservasi berasal kata *conservation* dimana terdiri atas *con (together)* dan *servare (save/keep)* yang memiliki arti upaya pemeliharaan. Konservasi dari hal segi ekonomi merupakan upaya mengalokasikan sumberdaya alam yang sekarang, sedangkan untuk konservasi dari segi ekologi ialah alokasi sumber daya alam sekarang dan untuk yang akan datang, teori tersebut dikemukan oleh Theodore Roosevelt.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1990 mengenai Koservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, konservasi sumber daya alam hayati adalah pengelolaan sumber daya alam hayati yang pemanfaatannya dilakukan secara bijaksana untuk menjamin kesinambungan persediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas keanekaragaman dan nilainya. Berdasarkan fungsi, kawasan konservasi dapat dibedakan menjadi 4 macam, yaitu:

1. Cagar alam, merupakan kawasan yang memiliki keadaan alam dengan kekhasan tumbuhan, swasta, dan ekosistem yang perlu dilindungi dan perkembangannya secara alami
2. Suaka margasatwa, yaitu kawasan dengan kondisi yang mirip dengan cagar alam yang dikhususkan untuk perlindungan dan perkembangan satwa
3. Cagar biosfer, yaitu kawasan alami yang sengaja dibiarkan apa adanya
4. Kawasan pelestarian alam, merupakan kawasan dengan ciri khas tertentu yang memiliki fungsi perlindungan sistem penyangga kehidupan, pengawetan keanekaragaman jenis tumbuhan dan satwa, serta pemamfaatan secara lestari sumber daya alam hayati dan ekosistemnya. Di bawah ini merupakan bagian dari kawasan pelestarian alam sebagai berikut.

a. Taman nasional, merupakan kawasan pelestarian alam yang memiliki ekosistem asli
b. Taman hutan raya, kawasan pelestarian alam dengan tujuan untuk koleksi tumbuhan atau satwa yang alami atau bukan alami
c. Taman wisata alam, merupakan kawasan pelestarian alam dengan tujuan untuk memanfaatkan bagi kepentingan pariwisata dan rekreasi alam

Konservasi merupakan bentuk evolusi *cultural* dimana konservasi pada saat dahulu lebih buruk dari saat sekarang (Rijksen, 1981). Menurut Sidharta dan Eko Budiharjo (1989) konservasi ialah proses pemeliharaan suatu tempat yang memiliki makna *cultural* dengan nilai yang baik. Sehingga dapat diartikan bahwa konservasi merupakan upaya pelestarian suatu tempat dengan mempertahankan nilai atau makna yang terdapat di tempat tersebut.

Berdasarkan macam-macam kawasan konservasi, Objek Wisata Alam Cangar termasuk kedalam kawsan pelesatarian alam dikarenakan merupakan kawasan pelestarian alam dengan tujuan untuk memanfaatkan bagi kepentingan pariwisata dan rekreasi alam. Dimana Objek Wisata Alam Cangar merupakan objek wisata alam yang berada pada lahan konservasi alam yaitu TAHURA R. Soeryo. Oleh karena itu, diperlukan penilaian terhadap Objek Wisata Alam Cangar agar dapat diketahui manfaat yang telah diberikan oleh objek wisata alam tersebut.

2.2.1 Pengertian Hutan Konservasi

Hutan konservasi adalah kawasan hutan dengan ciri khas tertentu yang memiliki fungsi sebagai tempat keanekaragaman satwa dan tumbuhan serta ekosistemnya (UPT TAHURA R.Soerjo). Kawasan pelestarian alam adalah kawasan dengan ciri khas tertentu yang memiliki fungsi sebagai perlindungan, pengawetan keanekaragaman satwa dan tumbuhan serta pemanfaatan sumber daya alam hayati dan ekosistemnya. Taman Hutan Raya R.Soerjo merupakan kawasan pelestarian alam yang dimanfaatkan sebagai tujuan koleksi tumbuhan maupun satwa baik alami atau buatan, serta dimanfaatkan sebagai kepentingan penelitian ilmu pengetahuan. Selain itu, Taman Hutan Raya R. Soeryo tidak hanya dimanfaatkan sebagai untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan juga terdapat potensi dari segi wisata. Menurut Fandel (2001) potensi objek wisata alam yang terdapat di kawasan konservasi sumber daya hutan dapat diklasifikasikan menjadi 3 kelompok yaitu:

1. Flora dan fauna

   Flora dan fauna memiliki keanekaragaman jenis tumbuhan dan satwa yang tinggi dengan berbagai keunikan, dan kekhasan sehingga menarik untuk dilihat dan dikunjungi
2. Keunikan dan kekhasan ekosistem

   Keadaan geografis kawasan yang sangat bervariasi, dimana keberadaan ekosistem di dalamnya menujukkan kekhasan tersendiri
3. Gejala atau fenomena alam

   Potensi obyek wisata alam berupa fenomena alam seperti sumber air panas, air terjun, dan fenomena lainnya.

Potensi wisata yang terdapat pada kawasan Taman Hutan Raya R.Soeryo tersebut yaitu tempat rekreasi wisata pemandian air panas dimana sumber dari air panas tersebut berasal dari Gunung Welirang. Potensi objek wisata alam berupa fenomena alam seperti sumber air panas, merupakan salah satu potensi wisata yang dapat dikembangkan di kawasan Tahura R. Soeryo. Sehingga Taman Hutan Raya R. Soeryo tidak hanya memiliki fungsi sebagai perlindungan dalam sumber daya alam hayati maupun ekosistemnya juga terdapat fungsi lain yaitu sebagai potensi wisata (UPT. Tahura R. Soeryo).

2.3 Pariwisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 pariwisata adalah beragam kegiatan wisata yang yang didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, pengusaha, dan masyarakat berasaskan manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan, dan kesatuan.

Pariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dimana dorongan kepergiannya ialah dikarenakan berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan ataupun kepentingan lainnya seperti ingin tahu atau menambah pengalaman (Pendit, 2003).

2.3.1 Karakteristik Perjalanan Wisatawan

Berdasarkan kelompok jenis perjalanan dapat dibedakan menjadi, perjalanan rekreasi, mengunjungi keluarga atau teman dan kelompok perjalanan lainnya. Setelah itu, Smith menambahkan jenis perjalanan untuk kesehatan serta keagaman di luar kelompok lainnya. Berikut merupakan karakteristik perjalanan wisatawan (Smith, 1995) sebagai berikut:

Tabel 2.1 Karakteristik Perjalanan Wisatawan

No	Karakteristik	Pembagian
1	Lama Waktu Perjalanan	1-3 hari 4-7 hari 8-28 hari 29-91 hari 92-365 hari
2	Waktu Melakukan Perjalanan	Hari biasa Akhir pekan/Minggu Hari libur/Raya Liburan sekolah
3	Jarak yang ditempuh	Dalam kota (lokal) Luar kota (satu Propinsi) Luar kota (lain Propinsi) Luar negeri
4	Akomodasi yang digunakan Komersial	(Hotel bintang/nonbintang) Non komersial (rumah teman/saudara)
5	Moda Transportasi	Udara (terjadwal/carter) Darat (Pribadi/umum/carter) Kereta Api Laut (cruise/feri)
6	Teman Perjalanan	Sendiri Keluarga Teman Sekolah Teman Kantor
7	Kelompok Perjalanan	Sendiri Keluarga Sekolah Kantor Biro Perjalanan Wisata

Sumber : Smith (1995) dalam Warta Pariwisata P2Par (2002)

Selain itu, karakteristik umur mempunyai pengaruh wisatawan dalam melakukan wisata seperti besarnya waktu luang dan aktivitas yang berhubungan dengan tingkatan umu tersebut. Sehingga terdapat beberapa perbedaan pola konsumsi antara kelompok yang lebih tua dengan lebih kelompok umur yang lebih muda (Mill dan Marrison, 1985).

Jarak merupakan salah satu faktor yang menentukan wisatawan dalam melakukan rekreasi. Menururt Hufschmidt (1987), semakin jauh jarak tempat tinggal sesorang dari tempat rekreasi, maka permintaan terhadap tempat rekreasi tersebut semakin rendah dan sebaliknya untuk wisatawan yang memiliki jarak tempat tinggal berdekatan dengan tempat rekreasi maka permintaan ke tempat wisata akan semakin besar.

Menurut Mill dan Marrison (1985) bahwa jenis kelamin memiliki pengaruh dalam menentukan sesorang melakukan rekreasi. Pada umumnya terdapat kecenderungan wisatawan

perempuan lebih banyak melakukan kegiatan budaya (*cultural activities)* sedangkan untuk wisatawan laki-laki lebih menyukai rekreasi di tempat terbuka (*outdoor)* atau olah raga.

Selain itu tingkat pendidikan juga salah satu faktor yang menentukan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Menurut Mill dan Marrison (1985) tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pandangan sesorang serta memberikan lebih banyak pilihan yang dapat diambil seseorang. Pendapatan per bulan juga memiliki pengaruh dalam menentukan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata. Wisatawan juga harus mengeluarkan biaya untuk jasa yang dinikmati yang terdapat di tempat wisata dan semua aktivitas yang dilakukan dalam melakukan perjalanan wisata (Mill dan Marrison, 1985).

2.3.2 Motivasi Wisatawan

Motivasi adalah dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan keinginan dalam mencapai tujuan (Handoko 2001:225). Menurut (Sharpley dalam I Gde Pitana, 2009) motivasi merupakan proses perjalanan wisata, akan tetapi terkadang wisatawan tidak menyadari akan motivasi tersebut. Berikut merupakan beberapa teori motivasi wisatawan dari beberapa ahli sebagai berikut:

Tabel 2.2 Motivasi Wisatawan

Teori	Variabel	Parameter / Indikator	Sumber
Motivasi Wisatawan	*Physiological Motivation* (Motivasi Fisiologis)	• Motivasi Relaksasi • Motivasi Kesehatan • Motivasi olahraga • Motivasi Rekreasi	Muljadi,2009
	Cultural Motivation (Motivasi Budaya)	• Motivasi seperti budaya, adat, tradisi dan kesenian dan lain-lain.	
	Social Motivation (Motivasi Sosial)	• Motivasi interaksi sosial • Motivasi memperat hubungan kekerabatan	
	Fantasy Motivation (Motivasi Fantasi)	• Motivasi lepas dari rutinitas keseharian	
	Educational Opportunity (Peluang Pendidikan)	• Motivasi mempelajari kebudayaan dalam pemenuhan tugas studi	
Motivasi	Motivasi bersifat fisik	• Relaksasi • Kenyamanan • kesehatan dalam kegiatan olahraga • bersantai • tantangan/petualang	Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi. Yogyakarta
	Motivasi budaya	• Budaya tradisi • adat istiadat serta ketertarikan dalam hal objek wisata peninggalan budaya	
	Motivasi bersifat sosial	• Hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi • mengunjungi keluarga atau teman serta melakukan ziarah	
	Motivasi karena fantasi	• memberikan kepuasan bagi	

Teori	Variabel	Parameter / Indikator	Sumber
		psikologis, pengalaman baru dari sesorang yang melakukan wisatawan	

Sumber: Hasil Rangkuman, 2015

Motivasi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu dari kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan fisiologis, kebutuhan *prestige* serta aktualisasi diri (Pearce, 1988). Berdasarkan jenis motivasi, pada penelitian Objek Wisata Alam Cangar termasuk motivasi fisiologis yang terdiri dari motivasi relaksasi, motivasi kesehatan dan motivasi rekreasi.

2.4 Eksternalitas

Eksternalitas terjadi apabila aktivitas pelaku ekonomi baik produksi ataupun konsumsi mempengaruhi kesejahteraan pelaku ekonomi dan peristiwa yang ada terjadi di luar mekanisme pasar. Sehingga dapat diartikan bahwa ketika tejadi eksternalitas antara *private choices* oleh konsumen dan *private markets* oleh produsen tidak akan menghasilkan sesuatu ekonomi secara efisien (Fisher, 2006).

Menurut Friedman dalam Fauzi (2004) eksternalitas terjadi ketika terdapat aktivitas kegiatan produksi atau konsumsi dari satu pihak yang mempengaruhi kegunaan atau utilitas dari pihak lain secara tidak diinginkan, sehingga pihak pembuat eksternalitas tidak menyediakan kompensasi terhadap pihak yang terkena dampak. Berdasarkan pemahan mengenai konsep eksternalitas di atas, dapat dijelaskan kembali bahwa eksternalitas disebabkan karena adanya perbedaan antara *marginal social* dan *private cost* suatu barang. Terdapat 2 macam bentuk eksternalitas sebagai berikut:

1. Eksternalitas negatif (biaya eksternal),

   Eksternalitas negatif merupakan biaya terhadap pihak ketiga selain pembeli dan penjual pada suatu macam barang yang tidak memiliki harga pasar. Sehingga ketika terjadi eksternalitas negatif harga barang atau jasa tidak dapat menggambarkan biaya (*marginal social cost)* secara sempurna pada sumber daya yang telah dialokasikan dalam produksi. Pembeli ataupun penjual tidak memperhatikan biaya-biaya pada pihak ketiga.

2. Eksternalitas positif

   Eksternal postif ialah keuntungan terhadap pihak ketiga selain pembeli atau penjual barang atau jasa yang tidak direfleksikan dalam ke dalam harga. Dimana eksternalitas positif terjadi ketika, harga tidak sama dengan keuntungan sosial tambahan (*marginal social benefit)* dari barang dan jasa yang ada.

Berdasarkan bentuk eksternalitas, pada penelitian Objek Wisata Alam Cangar termasuk eksternalitas positif dimana pihak pertama yaitu pengelola Cangar memiliki keuntungan terhadap barang atau jasa yang tidak direfleksikan ke dalam harga. Sehingga, terdapat keuntungan yang didapat dari Objek Wisata Alam Cangar namun tidak diperhitungkan. Maka diperlukan penilaian ekonomi lingkungan agar dapat mengetahui keuntungan yang didapat dari biaya tambahan yang dikeluarkan setiap wisatawan saat berwisata untuk konservasi di Objek Wisata Alam Cangar.

2.5 Valuasi Lingkungan

Menurut Fauzi (2004), sumber daya alam merupakan salah satu barang publik yang dapat menghasilkan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi baik langsung ataupun tidak langsung. Selain itu seumber daya alam juga dapat menghasilkan jasa-jasa lingkungan (*services)* yang memberikan manfaat lingkungan dalam bentuk lain seperti keindahan (*amenity)*, ketenangan dan sebagainya. Terkadang manfaat tersebut yang dirasakan sebagai fungsi ekologis sering tidak terkuantifikasikan dalam perhitungan nilai sumber daya alam hal tersebut dikarenakan tidak memiliki nilai pasar. Adanya permasalahan tersebut, kemudian lahirlah konsep mengenai penilaian ekonomi khususnya penilaian non pasar (*non-market valuation)*. Penilaian ekonomi dapat didefinisikan sebagai nilai kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan baik atas nilai pasar (*market value)* maupun nilai non pasar *(non market value).*

Menurut Susilowati, (2000) valuasi ekonomi memiliki pengertian upaya dalam memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas nilai tersebut apakah nilai pasar atau nilai non pasar. Valuasi ekonomi adalah penilaian ekonomi yang dikuantitatifkan terhadap suatu barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam dan lingkungan (Fauzi, 2004).Valuasi berasal dari kata *value* atau nilai yang memiliki arti yaitu persepsi seseorang terhadap arti atau makna suatu objek dalam tempat dan waktu tertentu (Costanza, 1997).

Penilaian ekonomi sumber daya merupakan alat ekonomi (*economic tool)* dengan mengukur teknik penilaian tertentu dalam mengestimasi nilai uang barang dan jasa yang diberikan oleh sumber daya alam. Menurut Fauzi (2004) teknik valuasi ekonomi lingkungan yang tidak dapat dipasarkan *(non market value)* dapat dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu:

1. Teknik valuasi tidak langsung (*Indirect Use Value)* dimana teknik valuasi ini mengandalkan harga implisit dimana *Willingness To Pay* (WTP) melalui model

yang dikembangkan, seperti *Travel Cost Method, Hedonic Price* dan *Random Utility Model.*

2. Teknik valuasi langsung *(Direct Use Value)* dimana teknik valuasi ini menggunakan beberapa pendekatan langsung dengan menanyakan kepada individu atau masyarakat mengenai keinginan membayar (*Willingness To Pay)* barang dan jasa yang dihasilkan oleh lingkungan, seperti : *Contingent Valuation Method* (CVM).

Penulis menggunakan *travel cost method* dalam mengukur jasa lingkungan di Objek Wisata Alam Cangar, dikarenakan metode biaya perjalanan merupakan metode untuk menduga nilai ekonomi untuk komoditas yang tidak memiliki nilai pasar (*non market goods*). Metode ini beranjak pada asumsi dasar bahwa setiap individu bersedia mengunjungi suatu daerah untuk mendapatkan manfaat tertentu tanpa harus membayar biaya masuk (*no entry fee*). Pada Objek Wisata Alam Cangar terdapat harga yang harus dibayar oleh wisatawan untuk mendapatkan manfaat yang diterima oleh wisatawan saat melakukan wisata.

2.6 Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Metode biaya perjalanan dapat dikatakan sebagai metode dalam pengukuran nilai ekonomi secara tidak langsung. Pada umumnya metode ini digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka, misalanya saja *hiking,* memancing dan sebagainya (Fauzi, 2004). Pada prinsipinya metode ini mengkaji mengenai biaya yang dikeluarkan setiap individu ketika mendatangi tempat-tempat rekreasi. Setelah mengetahui pola dari konsumen, maka dapat dikaji beberapa nilai (*value)* yang diberikan konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan.

Metode biaya perjalanan menggunakan perhitungan berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kunjungan ke temapt wisata. Biaya yang dikeluarkan meliputi biaya transportasi pulang pergi, baiaya konsumsi, biaya dokumentasi dan biaya lainnya seperti: karcis masuk, parkir dan akomodasi. Pengunjung dengan tempat tinggal dengan jarak lebih dekat dengan tempat wisata akan membayar biaya transportasi lebih murah dibandingakan dengan wisatawan yang datang dengan jarak tempat tinggal yang jauh. Hal tersebut juga dapat dipengaruhi oleh jenis transportasi yang digunakan oleh wisatawan (Bambang, 2009). Biaya perjalanan adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang dibayarkan pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut meliputi harga untuk akses ke tempat wisata yang akan dikunjungi (Garrod dan Willis,

1999).Tujuan utama dari metode biaya perjalanan ialah untuk mengetahui nilai kegunaan (*use value)* dari sumber daya alam melalui pendekatan perwakilan (*proxy)* dimana yang artinya biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi jasa dari sumber daya alam digunakan sebagai perwakilan dalam menentukan harga dari sumber daya tersebut.

Biaya perjalanan pada umumnya digunakan untuk menilai suatu kawasan wisata. Biaya perjalanan meliputi, biaya *financial*, biaya waktu perjalanan, harga tiket masuk area tempat wisata dan lamanya tinggal di tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000). Selain itu data-data yang dikumpulkan mengenai biaya perjalanan yang dikeluarkan, jumlah pengunjung dan faktor-faktor lainya yang mempengaruhi seperti pendapatan per bulan, umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jarak tempuh, daerah asal tinggal, dan motivasi wisatawan. Informasi-informasi tersebut dapat diperoleh dari para pengunjung atau wisatawan dengan cara mewawancarai langsung. Terdapat 2 teknik pendekatan dalam menentukan nilai ekonomi sumber daya alam berdasarkan *travel cost method* yaitu melalui pendekatan zonasi. Berikut merupakan beberapa pendekatan *travel cost* dalam menilai suatu nilai ekonomi yaitu (Garrod dan Willis, 1999) Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004), yaitu:

1. Pendekatan zona biaya perjalanan,

   Pendekatan zona biaya perjalanan merupakan metode berdasarkan tempat tinggal atau asal pengunjung.

2. Pendekatan biaya perjalanan individu

   Pendekatan biaya perjalanan individu merupakan pendekatan metode menggunakan survey dan kuisoner kepada pengunjung atau wisatawan mengenai biaya perjalanan ke tempat wisata.

Berdasarkan jenis-jenis pendekatan *travel cost method*, penelitian di Objek Wisata Alam Cangar menggunakan pendekatan biaya perjalanan individu dengan cara menggunakan survey dan kuisoner kepada wisatawan mengenai biaya perjalan ke tempat wisata. Sehingga pendekatan biaya perjalanan indvidu ini hasilnya lebih akurat dibandingkan dengan pendekatan zona biaya perjalanan dalam mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu serta menganalisis permintaan terhadap tempat rekreasi yaitu Objek Wisat Alam Cangar.

2.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Square*) berguna untuk mengetahui penagaruh variabel bebas terhadap varaibel terikat. Analisis regresi merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel.

Hubungan tersebut dapat dijelaskan dalam bentuk persamaan yang menghubungkan antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas. Berikut persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

$X_1, X_2, \ldots, X_n$ = Variabel Bebas

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \ldots, \beta_n$ = Konstanta

Berdasarkan Gujarati (2003) dalam Ghhozali (2006) terdapat asumsi utama yang mendasari model regresi linear dengan menggunakan model OLS sebagai berikut:

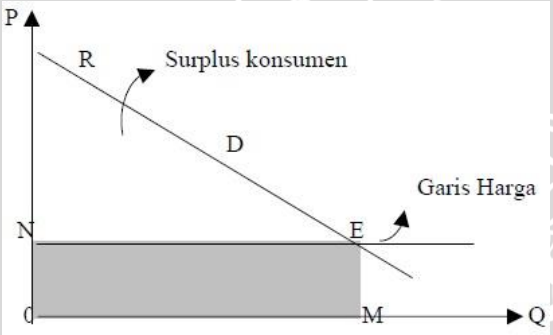
1. Model regresi linear yang artinya linear dalam parameter seperti dalam persamaan $Yi = b_1 + b_2 Xi + ui$
2. Nilai rata-rata kesalahan ialah nol
3. Nilai x diasumsikan tetap dalam sampel yang berulang
4. Homokedastisitas yang berarti bahwa varians kesalahan sama untuk setiap periode dan dinyatakan dalam bentuk matematis varians (ui/Xi)= σ2
5. Tidak terjadi autokorelasi antar kesalahan (antara ui dan uj tidak ada autokorelasi atau secara sistematis)
6. Antara ui dan Xi saling bebas
7. Jumlah observasi n harus lebih besar dari pada jumlah parameter yang diestimasi (jumlah variabel bebas)
8. Nilai X harus berbeda
9. Model regresi telah dispesifikan secara benar, yang berarti model regresi tidak ada keselahan spesifikasi dalam model yang digunakan
10. Tidak terjadi multikolinearitas yang sempurna antar variabel bebas.

Analisis regresi berkenaan dengan ketergantungan satu variabel, variabel tak bebas pada satu atau lebih variabel lain. Dalam regresi terdapat hubungan sebab akibat antara dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen merupakan varaibel yang terikat dimana nilainya dipengaruhi oleh variabel independen, sedangkan variabel independen merupakan variabel penjelas (Gujarati, 2003). Menurut Arsyad (1993) regresi berganda berguna untuk mencari nilai koefisien fungsi permintaan dikarenakan nilai koefisien tersebut dapat menujukkan penagruh dari variabel yang menentukan.

Untuk menghasilkan surplus konsumen dibutuhkan fungsi permintaan melalui analisis regresi linear berganda. Sehingga konstanta yang dimasukkan ke dalam model regresi ialah variabel bebas yang berpengaruh dan memiliki nilai signifikan terhadap variabel terikat. Dimana variabel terikat merupakan jumlah kunjungan ke Objek Wisata Alam Cangar.

2.8 Surplus Konsumen

Surplus konsumen ialah nilai ekstra yang didapatkan oleh konsumen dari apa yang telah dibayar. Dapat dikatakan surplus konsumen jika menerima manfaat yang lebih besardari yang dibayarkan. Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan konsumen dalam mendapatkan suatu produk serta kesediaan membayar. Pada pasar yang bernilai baik apabila harga pasar mencerminkan nilai marginal. Secara tidak langsung surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak diantara kurva perminataan dan garis harga (Djijono, 2002).



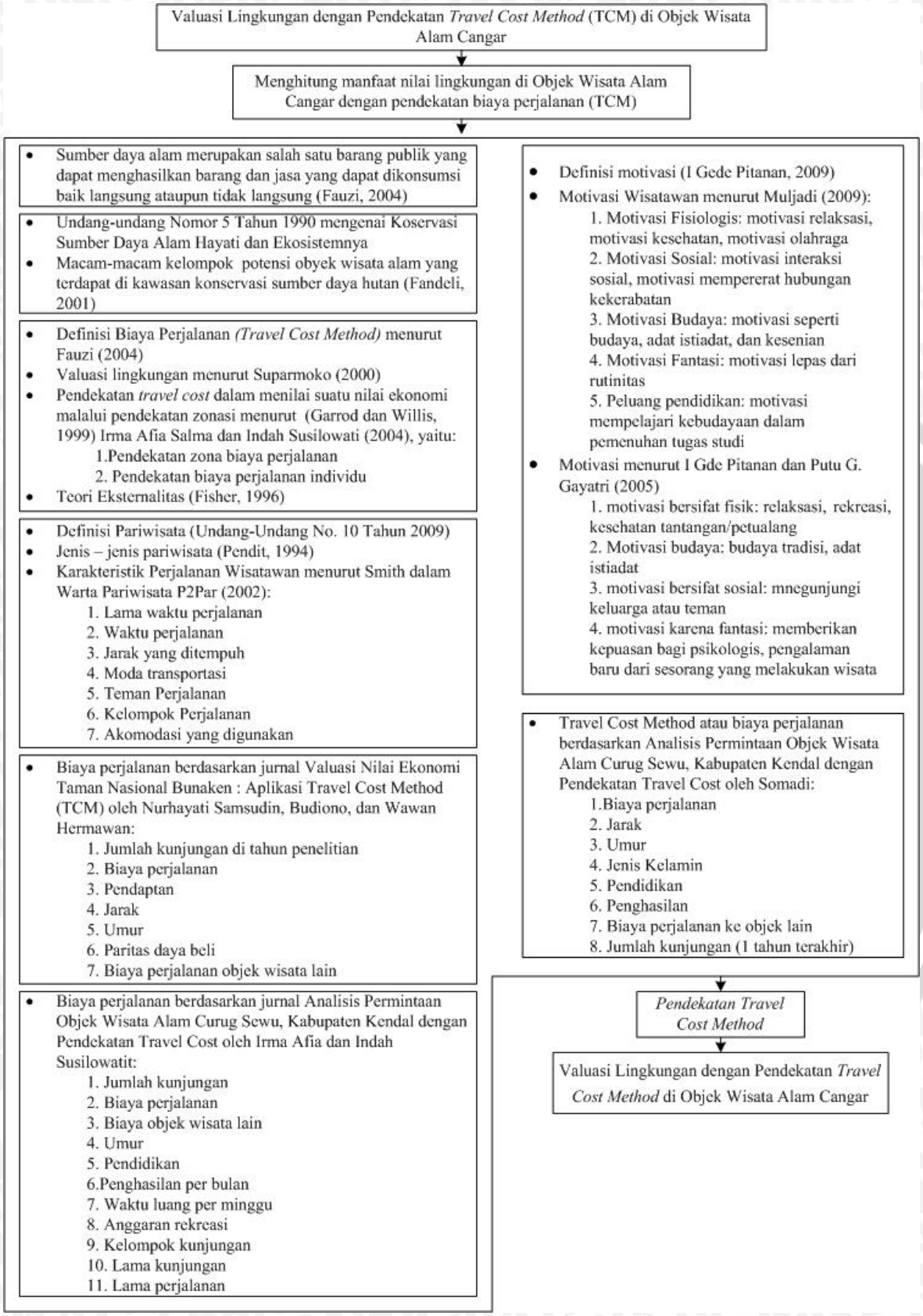
Gambar 2.1 Surplus Konsumen

Kurva permintaan berfungsi untuk mengukur jumlah yang akan dibayar oleh konsumen untuk setiap unit yang dikonsumsi. Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa total bidang kurva permintaan (OREM) menunjukkan total utilitas yang diperoleh konsumsi suatu barang atau ukuran kesediaan untuk membayar total, sebab jumlah tersebut merupakan penjumlahan nilai-nilai marginal Q dari 0 hingga M, dengan mengurangkan biaya barang bagi konsumen (ONEM), serta nilai surplus konsumen ditunjukkan pada bidang segitiga (NRE) dan merupakan ukuran kemauan dalam membayar di atas pengeluaran kas untuk konsumsi. Apabila konsumen mengkonsumsi sejumlah barang M, sesorang akan mau membayar harga yang mencermikan manfaat marginal pada tingkatan konsumsi. Dengan melihat adanya perbedaan jumlah yang dikonsumsikan, kemauan seseorang akan membayar berdasarkan fungsi marginal yang dapat ditentukan hasilnya berupa kurva permintaan individu untuk Q (Djijono, 2002).

2.9 Studi Terdahulu

Penelitian ini menggunakan refrensi dari penelitian terdahulu. Referensi tersebut berguna untuk mendukung penelitian ini khususnya dalam pemilihan variabel. Adapun studi terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari penelitian Nurhayati, Budiono, dan Wawan Hermawan yang berjudul "Valuasi Ekonomi Taman Nasional Bunaken Aplikasi *Travel Cost Method (TCM)*", penelitian Irma Afia Salma dan Indah Susilowati dengan judul "Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost*", penelitian Mutiara Indah Susilowati yang berjudul "Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Tamn Hutan Raya Ir. H. Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan *Travel Cost Method*" dan penelitian Somadi yang berjudul "Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Cimahi oleh Wisatawan dengan Pendekatan *Individual Travel Cost Method*". Penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat pada **tabel 2.3.**

2.10 Kerangka Teori



Gambar 2.2 Kerangka Teori

Tabel 2.3 Studi Terdahulu Tentang Valuasi Lingkungan

Judul	Peneliti	Lokasi Penelitian	Tujuan	Variabel	Analisis yang Digunakan	Kesimpulan
Valuasi Nilai Ekonomi Taman Nasional Bunaken : Aplikasi Travel Cost Method (TCM)	Nurhayati Samsudin, Budiono, dan Wawan Hermawan	Taman Nasional, Sulawesi Utara	• Mengetahui nilai ekonomi Taman Nasional Bunaken berdasarkan analisis biaya perjalanan pengunjung (travel cost) selama berkunjung ke obyek wisata tersebut • Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar pengunjung satau membayar manfaat dari keberdaan Taman Nasional Bunaken	• Jumlah kunjungan di tahun penelitian (6 tahun terakhir) • Biaya perjalanan • Pendapatan • Jarak • Umur • Biaya perjalanan objek wisata lain • Paritas daya beli • Jenis kelamin	• Analisis Regresi Linear Berganda • *Travel Cost Method* • Kurva Permintaan	Perbedaan pada penelitian ini adalah: • yang digunakan pada penelitian ini yaitu wisatawan domestic dan wisatawan non-domestik • Menggunakan metode *adaptive expectation* dalam menentukan jumlah responden • Dapat diketahui tingkat keinginan membayar dari pihak konsumen
Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost*	Irma Afia dan Indah Susilowati	Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal	Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan *(Travel Cost Method)*.	• Jumlah kunjungan • Biaya perjalanan (biaya transportasi, tiket, parkir, dan konsumsi) • Biaya objek wisata lain • Umur • Pendidikan • Penghasilan per bulan • Waktu luang per minggu • Anggaran rekreasi • Kelompok kunjungan • Lama perjalanan	• Analisis regresi linear berganda • *Travel Cost Method*	Perbedaan pada penelitian ini yaitu: • Untuk menghitung jumlah responden menggunakan *quoted accidental sampling* • Variabel yang memiliki nilai signifikan yaitu variabel biaya perjalanan dna variabel jarak.

Judul	Peneliti	Lokasi Penelitian	Tujuan	Variabel	Analisis yang Digunakan	Kesimpulan
				• Lama kunjungan		
Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Tamn Hutan Raya Ir. H. Djuanda dengan Menggunakan Pendekatan *Travel Cost Method*	Mutiara Indah Susilowati		• Mengidentifikasi karakteristik pengunjung dan memberikan gambaran mengenai penilaian pengunjung terhadap objek wisata Tahura Ir. H. Djuanda • Mengetahui faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi fungsi permintaan terhadap manfaat rekreasi di objek wisata Tahura Ir. H. Djuanda • Menduga nilai ekonomi yang dihasilkan Tahura Ir. H. Djuanda berdasarkan metode biaya perjalanan	• Frekuensi kunungan (1 tahun terakhir) • Biaya perjalanan • Total pendapatan • Tingkat pendidikan • Umur • Jarak tempuh • Waktu tempuh • Jumlah tanggungan • Jenis kelamin • Waktu di lokasi • Lama tahu lokasi	• *Individual Travel Cost Method* • Analisis Regresi Linear Berganda • *Willengness To Pay*	Perbedaan pada penelitian ini yaitu: • Pendugaan jumlah kunjungan ke Tahura Ir. Djuanda tiap individu per tahun kunjungan menggunakan *Individual Travel Cost Method (ITCM)* • Terdapat pengujian instrument yang didapat dari data primer (kuisoner) yaitu validitas dan reliabilitas
Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Cimahi oleh Wisatawan dengan Pendekatan *Individual Travel Cost Method*	Somadi	Objek Wisata Curug Cimahi	• Mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Curug Cimahi biaya perjalanan ke objek wisata lain, jarak, gender, pendidikan dan penghasilan memepengaruhi jumlah permintaan ke Objek Wisata Curug Cimahi • Mengetahui seberapa besar penagaruh biaya perjalanan ke objek wisata Curug Cimahi, biaya perjalanan ke	• Biaya perjalanan • Jarak • Umur • Gender • Penghasilan • Biaya perjalanan ke objek wisata lain • Pendidikan	• *Individual Travel Cost Method* • Analisis Regresi Linear Berganda	Perbedaan pada penelitian ini adalah: • Menggunakan tahap *backward stepwise regressiom* untuk menghasilkan model regresi yang paling baik • Mengeluarkan variabel biaya perjalanan dan variabel gender sebagai variabel yang signifikan terhadap varaibel terikatnya.

Judul	Peneliti	Lokasi Penelitian	Tujuan	Variabel	Analisis yang Digunakan	Kesimpulan
			objek wisata lain, jarak, umur, gender, pendidikan, dan penghasilan memepengaruhi jumlah permintaan objek wisata Curug Cimahi • Menegtahui nilai ekonomi yang diperoleh wisatawan yang berwisata ke Objek Wisata Curug Cimahi dengan menggunakan metode biaya perjalanan indibidu (*Individual Travel Cost Method)*			

Sumber: Hasil Rangkuman, 2015

Halaman ini sengaja dikosongkan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Contents

BAB II 9

TINJAUAN PUSTAKA 9

2.1 Jasa Lingkungan 9

2.2 Konservasi Alam 10

2.2.1 Pengertian Hutan Konservasi 11

2.3 Pariwisata 12

2.3.1 Karakteristik Perjalanan Wisatawan 12

2.3.2 Motivasi Wisatawan 14

2.4 Eksternalitas 15

2.5 Valuasi Lingkungan 16

2.6 Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) 17

2.7 Analisis Regresi Linear Berganda 18

2.8 Surplus Konsumen 20

2.9 Studi Terdahulu 21

2.10 Kerangka Teori 22

Tabel 2.1 Karakteristik Perjalanan Wisatawan 13

Tabel 2.2 Motivasi Wisatawan 14

Tabel 2.3 Studi Terdahulu Tentang Valuasi Lingkungan 23

Gambar 2.1 Surplus Konsumen 20

Gambar 2.2 Kerangka Teori 22

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA