

PENDEKATAN *TRAVEL COST* DALAM MENENTUKAN HARGA TARIF MASUK Studi Kasus pada Lokasi Wisata Air Terjun Sendang Gile, Senaru, Lombok Utara

Kresno Agus Hendarto¹, Rubangi Al Hasan², Yumantoko³, Ahmad Nur⁴

^{1,2,3,4}Balai Litbang Teknologi Hasil Hutan Bukan Kayu

Jl. Dharma Bakti No 7, Desa Langko, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat 83371

Telp: (03710) 6573841

E-mail: kresnoah@yahoo.com

ABSTRAK

Kenaikan tarif masuk lokasi wisata yang ditetapkan oleh Pemerintah tidak jarang menimbulkan protes masyarakat dan pelaku wisata di lokasi wisata tersebut. Dengan mengambil lokasi wisata Air Terjun Sendang Gile, tujuan penelitian ini adalah mengestimasi fungsi permintaan rekreasi dan mengestimasi nilai tarif masuk yang dapat diterima oleh pengunjung. Metode *travel cost* digunakan pada penelitian ini. Data pengunjung, dengan menggunakan metode pengambilan sampel purposif, dikumpulkan di lokasi wisata. Hasil analisis menunjukkan bahwa kenaikan tarif dapat dilakukan saat ini, namun tingginya kenaikan tersebut tidak sebesar yang telah ditetapkan berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Kata Kunci: travel cost methods, consumer surplus, air terjun Sendang Gile

1. PENDAHULUAN

Kenaikan tarif pendakian Gunung Ciremai dari semula Rp 20.000 menjadi Rp 50.000 per orang yang akan diberlakukan mulai tanggal 1 April 2015, dinilai terlalu mahal. Pendapat tersebut diungkapkan sejumlah pendaki gunung yang menyoroti rencana tersebut baik dalam situs jejaring sosial maupun yang sempat dihubungi Harian Pikiran Rakyat melalui kontak telepon (Pikiran Rakyat, 7/3/2015).

Demikian pula halnya dengan tarif pendakian ke Gunung Rinjani. Harian Tempo (21/03/2014) menuliskan bahwa tarif baru pendakian ke Gunung Rinjani sebesar 250 ribu untuk wisatawan mancanegara serta 20 ribu untuk wisatawan nusantara dinilai terlalu mahal. Tarif ini mulai berlaku pada 1 April 2014 untuk setiap orang per hari. Pemasukan dari tiket masuk ini harus disetorkan sebagai penerimaan negara bukan pajak (PNBP) kepada Kementerian Kehutanan. Kenaikan tarif ini didasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 12 tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Kehutanan. Sebagai akibat dari kenaikan ini, masyarakat dan pelaku wisata di sekitar pintu masuk Rinjani, baik di Senaru-Lombok Utara dan Sembalun-Lombok Timur melakukan protes.

Selain dari masyarakat dan pelaku wisata, protes atas kenaikan tarif ini juga datang dari Pemerintah Propinsi NTB. Mereka meminta pemerintah pusat meninjau ulang aturan itu. Sebab, kenaikan tarif baru itu dinilai memberatkan dan diyakini akan menurunkan minat pendakian ke gunung berapi tersebut. Atas desakan tersebut, untuk sementara sambil menunggu ada kemungkinan peninjauan ulang, saat ini tarif kunjungan ke Rinjani ditetapkan sebesar 150 ribu untuk wisatawan mancanegara dan 5 ribu untuk wisatawan nusantara. Tarif sementara ini menurunkan tarif dari yang sebelumnya berdasarkan rayon I ke rayon III (PP Nomer 12 tahun 2014).

Dengan mengambil konteks di Air Terjun Sendang Gile, Senaru, Lombok Utara, penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi fungsi permintaan rekreasi dan mengestimasi nilai tarif masuk yang dapat diterima oleh pengunjung menggunakan *travel cost methods*. Ketika kurva fungsi permintaan rekreasi dapat diestimasi, maka rata-rata surplus konsumen dan harga yang dapat diterima oleh konsumen dapat ditentukan.

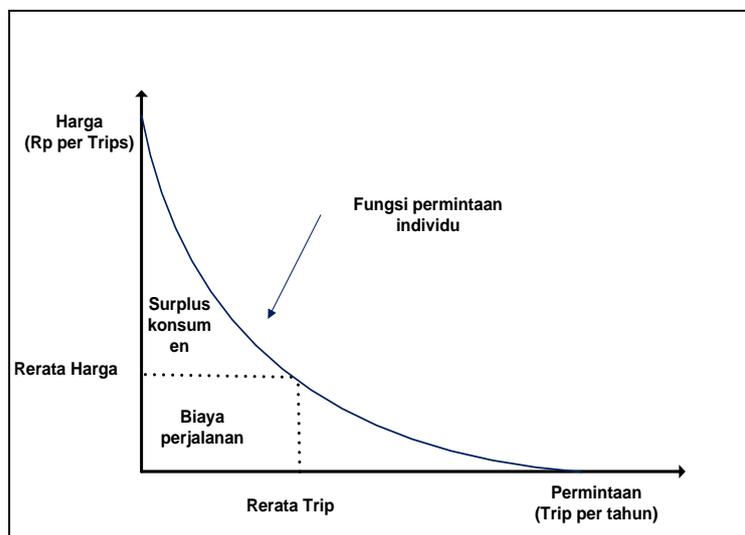
2. TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah sebuah fungsi yang menunjukkan hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang diminta konsumen. Mangan et al, (2013) menyatakan bahwa spesifikasi umum dari fungsi permintaan untuk berkunjung ke lokasi rekreasi, dimana permintaan diukur melalui tingkat kunjungan Y untuk individu i adalah sebagai berikut: $Y_i = f(P(D_i, W_i, OC_i), A_i, S_i, V_i)$. Pada persamaan tersebut, jumlah kunjungan individu (Y) adalah fungsi dari harga mengunjungi (P), aktivitas rekreasi yang dilakukan pada lokasi (A), persepsi konsumen terhadap kondisi lokasi (S), dan karakteristik pengunjung (V). Harga, pada gilirannya adalah fungsi dari jarak (D) dari rumah ke lokasi wisata, biaya peluang waktu (opportunity costs of time) dihitung dari upah individu (W), dan faktor biaya relevan lainnya (misalnya, biaya moda transportasi, biaya masuk (entrance fee) dll. Tujuan akhir dari penelitian yang menggunakan metode *travel cost* adalah untuk mendapatkan estimasi kesejahteraan yang berasal dari pemanfaatan lokasi wisata. Dengan demikian jelas bahwa persamaan fungsi permintaan total harus dikaitkan dengan maksimalisasi utilitas (Kealy & Bishop, 1986).

2.2. Surplus Konsumen

Surplus konsumen adalah kelebihan atau perbedaan antara kepuasan total yang dinikmati konsumen dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu dengan pengorbanan total yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh jumlah barang tertentu (Boediono, 2013). Kepuasan total dan pengorbanan total ini dinilai dengan uang. Nicholson dan Snyder (2012) mendefinisikan surplus konsumen sebagai tambahan nilai yang diterima individu untuk konsumsi sebuah barang melebihi yang dibayarkan. Untuk lebih jelasnya hal ini dapat digambarkan sebagaimana Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Surplus konsumen dan biaya perjalanan dalam Fungsi Permintaan
Diadopsi dari Blaine et al, (2015)

Gambar 1 menunjukkan bahwa TCM didasarkan pada teori umum neoklasik permintaan konsumen, yang didasarkan pada kendala maksimisasi utiliti. Surplus konsumen dihitung dengan menghitung luas areal di atas *travel cost*. Semakin tinggi harga rata-rata, semakin kecil surplus konsumen, demikian pula sebaliknya. Sedangkan luas areal *travel cost* diatas adalah pengeluaran aktual.

Dalam model TCM, beberapa peneliti menggunakan income sebagai proxy dari biaya waktu. Hasilnya menunjukkan hubungan yang bernilai tidak ada (no)/ tidak signifikan atau bernilai negatif pada hubungan antara income dengan jumlah permintaan (lihat misalnya: Weiler, 2006; Taylor et al, 2010; McKean et al, 2010, 2012) yang mengimplikasikan bahwa income tidak berdampak pada permintaan perjalanan atau semakin tinggi income tidak semakin menambah permintaan.

Meskipun demikian, penelitian ini mencoba untuk menguji ulang apakah income berpengaruh pada permintaan ke lokasi wisata. Sehingga kami menentukan/ menspesifikasi model permintaan rekreasi yang memaksimalkan utilitas individu ke lokasi wisata adalah: $Y_i = f(C_i, T_i, Q_i, M_i)$. Dimana: Y = jumlah kunjungan dalam waktu 12 bulan terakhir; C_i = Biaya perjalanan untuk mengunjungi lokasi; T_i = waktu yang diperlukan untuk mengunjungi lokasi; Q_i = persepsi terhadap kualitas lokasi; dan M_i = pendapatan individu per bulan.

Dari apa yang telah diuraikan di atas, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

- H_1 : Secara bersama-sama variabel biaya perjalanan, variabel waktu, variabel persepsi terhadap lokasi, dan variabel pendapatan pengunjung mempengaruhi jumlah kunjungan ke lokasi wisata Sendang Gile
- H_2 : Semakin tinggi biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung, semakin sedikit jumlah kunjungan ke lokasi wisata Sendang Gile
- H_3 : Semakin lama waktu yang digunakan pengunjung untuk menuju lokasi, semakin sedikit jumlah kunjungan ke lokasi wisata Sendang Gile
- H_4 : Semakin baik persepsi pengunjung terhadap lokasi, semakin banyak jumlah kunjungan ke ke lokasi wisata Sendang Gile
- H_5 : Semakin tinggi pendapatan pengunjung, semakin banyak jumlah kunjungan ke lokasi wisata Sendang Gile

3. METODE

3.1. Populasi dan sampel

Populasi penelitian ini adalah pengunjung yang mendatangi lokasi wisata Sendang Gile. Sampel diambil dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara non probabilitas yang sesuai dengan kriteria tertentu (Cooper & Schindler, 2011). Bailey (1994) menyatakan bahwa keunggulan dari teknik sampel secara *purposive* adalah peneliti dapat menggunakan kemampuannya dan pengalaman-pengalaman sebelumnya untuk memilih responden.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil Roscoe dalam Sekaran (2013) menuliskan pedoman sebagai berikut: (1) sebaiknya ukuran sampel diantara 30 s/d 500 elemen; (2) Jika sampel dipecah lagi dalam sub sampel, jumlah minimum sub sampel harus 30 elemen; (3) pada penelitian multivariat ukuran sampel harus 10 kali lebih besar dari jumlah variabel yang akan dianalisis; dan (4) untuk penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel bisa antara 10 s/d 20 elemen. Berdasarkan hal tersebut, karena jumlah variabel yang akan dianalisis ada 5, maka jumlah ukuran sampel adalah lebih dari 50 elemen. Namun demikian, karena salah satu kelemahan dari TCM adalah ketidak pekaannya dalam mengestimasi multy trip, maka kami mentargetkan 200 responden sebagai sampel.

3.2. Pengukuran

Studi ini menggunakan pertanyaan yang terstruktur yang dituangkan dalam kuisisioner. Kuisisioner terdiri dari 2 (dua) bagian. Bagian pertama menanyakan tentang informasi umum (misalnya: profil responden, pendapatan, darimana ia mengetahui lokasi wisata, jumlah kunjungan ke lokasi wisata ini dalam satu tahun). Bagian kedua menanyakan tentang biaya yang dikeluarkan responden untuk menuju lokasi (misalnya: transportasi apa yang digunakan menuju lokasi, biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya pembelian souvenir, waktu yang diperlukan untuk menuju lokasi, dan persepsi responden terhadap lokasi). Item-item pertanyaan dimodifikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nur (2013).

Definisi operasional dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Keterangan
Jumlah kunjungan	Frekuensi kedatangan individu ke lokasi wisata. Diukur dalam satuan jumlah dalam 1 tahun terakhir.
Biaya perjalanan	Uang yang dikeluarkan individu untuk melakukan perjalanan dari tempat tinggal ke lokasi wisata. Terdiri dari biaya transportasi, biaya konsumsi, dan biaya masuk ke lokasi. Diukur dalam satuan mata uang rupiah.
Waktu perjalanan	Lamanya perjalanan yang dibutuhkan individu dari tempat tinggal ke lokasi wisata. Diukur dalam satuan jam.
Persepsi terhadap lokasi	Tanggapan langsung dari individu terhadap lokasi wisata yang dikunjungi, Merupakan variabel unobserved, diukur menggunakan 8 item indikator dalam skala likert.
Pendapatan pengunjung	Uang yang diterima individu sebagai hasil kerja atau uang yang diterima individu dari pemberian orang tua (bila belum bekerja). Diukur dalam satuan rupiah per bulan.

Setelah kuisisioner tersusun, langkah awal yang dilakukan adalah melakukan pilot test. Pilot test terhadap kuisisioner dilakukan dengan tujuan untuk: (1) mengetahui ada tidaknya kata-kata yang ambigu; (2) mengetahui apakah perintah yang diberikan dapat dimengerti; (3) mengetahui sulit tidaknya responden menjawab; dan (4) mengetahui lama waktu responden dalam mengisi.

Setelah dilakukan revisi sesuai hasil pilot tes, langkah berikutnya adalah pengujian validitas dan reliabilitas. Berdasarkan tingkat pengukurannya, secara umum variabel dapat dibedakan menjadi *observed* dan *unobserved* (Gudono, 2011). Variabel *observed* adalah variabel yang dapat diukur langsung dari subjeknya, sedangkan variabel *unobserved* tidak dapat diukur langsung dari subjeknya (pengukuran dilakukan pada indikatornya). Dari fungsi permintaan yang diajukan, terdapat 4 variabel *observed* dan 1 variabel *unobserved*. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan hanya pada variabel *unobserved*. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode confirmatory factor analysis (CFA), sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan dengan mencari nilai cronbach's alpha.

3.4. Analisis Data

Langkah-langkah analisis data yang kami lakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengeliminasi data hilang, data yang tidak memenuhi syarat dan outlier
2. Menguji asumsi klasik (classical linear regression model) dari data yang diperoleh. Pengujian ini meliputi: uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji linearitas

3. Mengestimasi fungsi permintaan dari lokasi wisata Sendang Gile dan menguji hipotesis
4. Menghitung nilai consumer surplus pada masing-masing level frekuensi kunjungan dengan rumus

$$CS_i = \frac{V_i}{-\beta} \text{ (Garrod dan Willis, 1999). Dimana } V = \text{jumlah kunjungan selama 1 tahun terakhir.}$$

5. Menghitung probabilitas sampel pengunjung pada masing-masing level frekuensi kunjungan dengan

$$\text{rumus } PSampel_i = \frac{S_i}{Total Sampel} \text{ Dimana } S = \text{jumlah sampel frekuensi } i$$

6. Menghitung probabilitas individu pengunjung pada masing-masing level frekuensi kunjungan pengunjung dengan rumus $PIndividu_i = PSampel_i \times Total Pengunjung$

7. Menghitung Willingness to Pay (WTP) Individu pada masing-masing level frekuensi

$$WTP_i = \frac{CS_i}{PIndividu_i}$$

8. Menghitung nilai WTP agregat dengan rumus $\sum_{i=1}^n WTP_i$

4. HASIL

4.1. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dilakukan hanya pada variabel unobserved, yaitu variabel persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi (kualitas), dengan menggunakan metode confirmatory factor analysis. Hasil analisis validitas terhadap 30 responden menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai faktor loading dari masing-masing item pertanyaan pada variabel persepsi melebihi 0,5; dinyatakan valid bila nilai faktor loadingnya lebih dari 0,5 (Hair, et al., 2010).

Setelah pengujian validitas dilakukan, langkah berikutnya adalah pengujian reliabilitas. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai internal konsistensi (cronbach's alpha). Beberapa penulis menyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang lebih dari 0.6 adalah reliabel (lihat misalnya: Jogiyanto dan Abdillah (2009); Nunnally dalam Ghozali (2005). Hasil penghitungan mendapatkan nilai cronbach's alphanya adalah 0.831; hal ini menunjukkan bahwa semua indikator untuk variabel kualitas adalah reliabel. Pengujian validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Output Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas (n= 30)

	Loading Factor	Cronbach's Alpha
Item-1	0.702	0.862
Item-2	0.571	
Item-3	0.515	
Item-4	0.765	
Item-5	0.676	
Item-6	0.903	
Item-7	0.690	
Item-8	0.871	

Note: Extraction Method Principal Component Analysis.
 1 component extracted

4.2. Profile Responden

Dari 200 kuisisioner yang disebarakan, yang dapat diolah sebanyak 164 (*response rate* = 82%). Tidak dapat diolahnya data kuisisioner ini dikarenakan: (1) beberapa angket hilang; tidak diisinya item pertanyaan yang terkait dengan variabel yang akan diteliti; dan (3) bila diisi, isian responden tersebut outlier. Gudono (2011) menyatakan bahwa adanya *outlier* dapat berdampak bias, dalam arti estimasi koefisien regresi akan dibelokkan menuju titik *outlier* tersebut. Eliminasi data outlier dilakukan dengan menghitung zdata (standarisasi data). Bila nilai standarisasi data melebihi nilai 2,5 atau kurang dari 2,5 maka diduga data tersebut outlier sehingga di drop dari analisis (Santoso, 2002).

Table 2. Respondent Demographic Profile (n=164)

Variabel	Percentage	Variabel	Percentage
Jender		Usia	
Laki-laki	55.49	< 20	24.39
Perempuan	44.51	20 – 30	57.92
		31 – 40	11.59
		41 – 50	6.10
		> 50	-
Pendidikan		Tempat Tinggal	
SD	0.61	Lombok Barat	14.63
SMP	9.76	Lombok Tengah	20.12
SMA	59.76	Lombok Timur	20.73
Universitas	29.87	Lombok Utara	18.29
	-	Mataram	22.56
		Luar Pulau Lombok	3.66

Tabel 2 menunjukkan bahwa profil responden yang menjadi sampel adalah: (1) sebagian besar responden adalah laki-laki; (2) lebih dari separoh dari responden berpendidikan akhir setingkat SLTA; (3) sebagian besar responden berdomisili di Kota Mataram; dan (4) lebih dari separoh responden berusia antara 20 s/d 30 tahun.

4.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dari data yang diperoleh meliputi: uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji linearitas. Hasil pengujian asumsi klasik adalah sebagai berikut:

1. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Skewness dan Kurtosis. Data dinyatakan berdistribusi normal bila rasio Skewness dan Kurtosis berada di selang antara -2 dan +2. Hasil analisis mendapatkan hasil rasio Skewness = 4,29 dan rasio Kurtosis = 1,28; hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh tidak berdistribusi normal.
2. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai statistik Durbin-Watson = 0.130. Nilai tabel DW dengan $\alpha = 5\%$ dan $N=186$ adalah $d_L = 1.7153$ dan $d_U = 1.8041$. Karena nilai DW lebih kecil daripada d_L , maka diduga ada autokorelasi positif pada data.
3. Uji multikolinieritas dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 (beberapa buku mensyaratkan nilai VIF kurang dari 5), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah multikolinearitas.
4. Uji heterokedastisitas terjadi pada saat residual dan nilai prediksi berkorelasi. Hasil analisis terhadap data menunjukkan bahwa nilai t-statistik signifikan pada variabel bebas waktu. Hal ini menunjukkan bahwa ada masalah heteroskedastisitas pada variabel bebas waktu.
5. Uji linieritas menunjukkan bahwa nilai t-statistik dari *Deviation for Linearity* signifikan pada variabel kali*waktu. Hal ini menunjukkan bahwa variabel waktu tidak linier dengan variabel terikat kali.

Ringkasan hasil pengujian asumsi klasik ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3. Hasil pengujian asumsi klasik

No	Classic Assumption	Results
1	Normalitas	Tidak normal
2	Autokorelasi	Positif
3	Multikollinearitas	Tidak ada
4	Heteroskedasticitas	Ada
5	Linearitas	Ada

Tabel 3 menunjukkan bahwa data yang diperoleh tidak seluruhnya memenuhi asumsi klasik. Beberapa peneliti melakukan transformasi model untuk mengolah data yang demikian (Lihat misalnya, Stynes, Petersen dan Rosenthal, 1986; von Haefen dan Phaneuf, 2003). Yang kami lakukan kemudian adalah melakukan transformasi model dari Lin-Lin menjadi Log-Lin (semi log).

4.4. Pengujian Model Regresi

Hasil analisis regresi Log-Lin untuk semua variabel dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 4. *Output* Regresi Log-Lin

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.510	4	.878	4.187	.003 ^a
Residual	33.326	159	.210		
Total	36.836	163			

Note: a. Predictors are (Constant), Travel_Cost, Quality, Time, Income
 b. The dependent Variable is Ln_Total_Visit

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.137	.585			
Pendapatan	.054	.042	.112	1.309	.192
Persepsi Kual	.197	.094	.160	2.088	.038
Waktu	-.259	.099	-.200	-2.613	.010
Biaya	-7.109E-7	.000	-.183	-2.110	.036

Note: The dependent Variable is Ln_Total_Visit

Tabel 4 menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas dalam model mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (hipotesis 1 diterima). Tabel 4 menunjukkan pula seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Secara parsial variabel pendapatan individu tidak berpengaruh secara nyata terhadap jumlah kunjungan wisatawan di Sendang Gile (hipotesis 5 ditolak). Sedangkan variabel kualitas, waktu dan biaya berpengaruh nyata (hipotesis 2, 3 dan 4 diterima).

4.5. Surplus Konsumen

Perhitungan nilai surplus konsumen per kunjungan per individu dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini.

Table 5. Estimasi SurplusKonsumen dan WTP

No	Beta <i>travel cost</i>	Surplus Konsumen	Probabilitas	Probabilitas x estimasi jumlah pengunjung	Willingness to Pay
1	7.11E-07	1406667.60	0.43	7792.68	180.51
2	7.11E-07	2813335.21	0.34	6036.59	466.05
3	7.11E-07	4220002.81	0.18	3292.68	1281.63
4	7.11E-07	5626670.42	0.05	878.05	6408.15
	TOTAL	14066676.04	1.00		8336.34

4.6. Pembahasan

Tjiptono (2012) menuliskan bahwa harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Secara logika, pada awalnya, penjual akan menetapkan ukuran nilai yang tinggi, sebaliknya pembeli akan menetapkan ukuran nilai yang rendah. Setelah adanya negoisasi antara penjual dan pembeli, akhirnya ditemukanlah suatu ukuran nilai kesepakatan. Ukuran nilai kesepakatan ini merupakan harga. Selain hasil negoisasi, harga juga merupakan salah satu faktor penentu permintaan. Dengan kata lain bila konsumen merasa bahwa harga suatu barang atau jasa adalah sesuai, maka ia akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk barang atau jasa yang sama.

Tujuan pertama penelitian ini adalah mengestimasi fungsi permintaan rekreasi di lokasi wisata Sendang Gile. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa estimasi yang diperoleh, dengan data yang digunakan, tidak bias (dan konsiten) baik pada jumlah sampel besar atau kecil (Gujarati, 2004). Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa data yang diperoleh tidak memenuhi asumsi klasik (lihat Tabel 3) maka kami melakukan transformasi data. Transformasi data yang dilakukan adalah dari Lin-Lin menjadi Log-Lin (semi log).

.Dari 5 hipotesis yang diuji, hasil analisis menunjukkan bahwa 1 hipotesis (hipotesis ke 5) ditolak. Hipotesis ke 5, menyatakan bahwa “semakin tinggi pendapatan pengunjung, semakin banyak jumlah kunjungan ke lokasi”. Dengan kata lain, penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pendapatan individu tidak mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke Sendang Gile. Meskipun tidak signifikan, untuk sampel penelitian ini, arah dari variabel pendapatan adalah negatif. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyebutkan bahwa jika hal-hal lain tetap maka permintaan dari suatu barang akan menurun ketika harga barang tersebut naik

(Mankiw et al, 2014). Dengan tidak berpengaruhnya variabel pendapatan terhadap jumlah kunjungan ke lokasi Air Terjun Sindang Gile, maka hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Weiler (2006); Taylor et al, (2010); McKean et al, (2010, 2012).

Tujuan kedua penelitian ini adalah mengestimasi berapa tarif tiket masuk ke lokasi wisata Sendang Gile. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi seorang individu mengunjungi lokasi wisata surplus konsumen yang didapatkannya semakin meningkat, hal ini selaras pula dengan nilai WTP-nya (Lihat Tabel 5). WTP adalah keinginan membayar (Irawan, 2009). Tabel 5 menunjukkan pula bahwa nilai WTP agregat adalah Rp. 8336.34. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung masih bersedia membayar lebih mahal dari tiket yang berlaku saat ini, yaitu sebesar Rp 5.000.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Ada 2 tujuan dari penelitian ini. Tujuan pertama adalah mengestimasi fungsi permintaan rekreasi di lokasi wisata Sendang Gile dan tujuan kedua adalah mengestimasi berapa tarif tiket masuk ke lokasi wisata Sendang Gile. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel biaya, waktu, persepsi terhadap kualitas lokasi wisata dan pendapatan individu mempengaruhi jumlah kunjungan ke lokasi wisata Sendang Gile. Sedangkan secara parsial hanya variabel pendapatan yang tidak mempengaruhi jumlah kunjungan. Hasil analisis selanjutnya dalam mengestimasi WTP melalui nilai surplus konsumen menunjukkan bahwa tarif tiket masuk dapat dinaikkan dari yang saat ini berlaku, yaitu Rp. 5.000 menjadi Rp 8.336.34 per pengunjung.

5.2. Saran

Kelemahan TCM adalah bahwa metode ini tidak bisa mengestimasi perjalanan yang multi trip. Dengan memberi pertanyaan filter, pada penelitian ini, kelemahan ini bisa dikurangi. Pengurangan kelemahan ini dilakukan dengan hanya menganalisis pengunjung yang melakukan perjalanan tunggal. Penelitian ini tidak memperhitungkan biaya kesempatan (oportunity cost). Sama dengan kelemahan sebelumnya, dengan menambahkan pertanyaan filter, pada penelitian ini, kelemahan ini bisa dikurangi, yaitu dengan hanya menganalisis pengunjung yang memiliki tujuan utama ke lokasi. Dari metode pengambilan sampel yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode purposif sehingga generalisasi dapat dilakukan namun dengan hati-hati. Kedepannya, pengambilan sampel menggunakan metode sampling acak dapat dilakukan, sehingga generalisasi hasil penelitian dapat dilakukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Mas Yayan (Alm.) dan Pak Jumadil dari Balai Litbang Hasil Hutan Bukan Kayu atas bantuannya dalam mengumpulkan data. Dan juga kepada *anonymous reviewer* pada Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan *Call for Papers* tahun 2017 di Universitas STIKUBANK Semarang atas komentar dan saran yang diberikan.

PUSTAKA

Bailey, K.D. (1994). *Methods of Social Research* (4th edition). New York: the Free Press.

Blaine, T.W., Lichtkoppler, F.R., Bader, T.J., Hartman, T.J., & Lucente, J.E. (2015). An Examination of Sources of Sensitivity of Cconsumer SurplusE in Travel Cost Models. *Journal of Environment Management*, 151. 427-436.

Boediono. (2013). *Ekonomi Mikro* (2nd edition). Yogyakarta: BPFPE.

Cooper, D.R. & Schindler, P.S. (2011). *Business Research Methods* (11th edition). Singapore: McGraw-Hill International Edition.

Garrod, G & Willis, K.G. (1999). *Economic Valuation of the Environment: Method and Case Studies*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFPE.

Gujarati, D.N. (2004). *Basic Econometrics* (4th edition). New York: McGraw Hill.

PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK KE-3(SENDI_U 3) 2017
ISBN: 9-789-7936-499-93

- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Irawan, D.H. (2009). Willingness to Pay dan Ability to Pay Pelanggan Rumah Tangga sebagai Respon terhadap Pelayanan Air Bersih PDAM Kota Surakarta. *Jejak*, 2 (1). 29-43.
- Jogiyanto, H.M., & Abdillah, W. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Kealy, M.J., & Bishop, R.C. (1986). Theoretical and Empirical Specifications Issues in Travel Cost Demand Studies. *American Journal of Agricultural Economic*, 68(3), 660-667.
- Mangan, T., Brouwer, R., Lohano, H.D. & Nangraj, G.M. (2013). Estimating the Recreational Value of Pakistan's Largest Freshwater Lake to Support Sustainable Tourism Managemet Using A Travel Cost Model. *Journal Of Sustainable Tourism*, 21(3). 473-481.
- Mankiw, N.G., Quah, E., & Wilson, P. (2014). *Principles of Economics: An Asia Edition* (2nd edition). Singapore: Cengage.
- McKean, J.R., Johnson, D., & Taylor, R.G. (2010). Willingness-to-pay for Steelhead Trout Fishing: Implications of Two-step Consumer Decisions with Short-run Endowments. *Water Resources Research*, 46. 1-11.
- (2012). Three Approach to Time Valuation in Recreation Demand: A Study of the Snake River Recreation Area in Eastern Washington. *Journal of Environmental Management*, 112. 321-329.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2012). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions* (11th edition). New York: Cengage Learning.
- Nur, A. (2014). *Valuasi Ekonomi Objek Wisata Taman Rekreasi Wiladatika dengan Metode Biaya Perjalanan*. Thesis. Depok: Fakultas Ekonomi Program Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik, Universitas Indonesia. Tidak dipublikasikan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. Nomor 12 tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Kehutanan. 2014. Diperbanyak oleh Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- Pikiran Rakyat. (2015). Rencana Kenaikan Tarif Pendakian Gunung Ciremai Dinilai Terlalu Mahal. <http://www.pikiran-rakyat.com/wisata/2015/03/07/318839/rencana-kenaikan-tarif-pendakian-gunung-ciremai-dinilai-terlalu-mahal> (accessed on July 25, 2016).
- Santoso, S. (2002). *SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-buiding Approach* (6th edition). New York: Wiley.
- Stynes, D.J., Peterson, G.L., & Rosenthal, D.H. (1986). Log Transformation Bias in Estimating Travel Cost Models. *Land Economics*, 65 (1). 94-103.
- Taylor, R.G., McKean, J.R., & Johnson, D. (2010). Measuring the Location Value of a Recreation Site. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 35 (1). 87-104.
- Tempo. (2014). Tarif baru untuk mendaki Gunung Rinjani dinilai mahal. <https://m.tempo.co/read/news/2014/03/21/058564326/tarif-baru-untuk-mendaki-gunung-rinjani-dinilai-mahal> (accessed on July 25, 2016).
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (2nd edition). Jogjakarta: Andi Offset.
- Von Haefen, R.H., & Phaneuf, D.J. (2003). A Note on Estimating Nested Constant Elasticity of Substitution Preferences for Outdoor Recreation. *American Journal of Agricultural Economics*, 85 (2). 406-413.
- Weiler, S. (2006). A Park by Any Other Name: National Park Designation As A Natural Experiment in Signaling. *Journal of Urban Economics*, 60 (1). 96-106.