

ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA PEMANDIAN AIR PANAS KALIANGET, KABUPATEN WONOSOBO DENGAN PENDEKATAN *TRAVEL COST*

Fanita Osha Tazkia, Banatul Hayati¹

Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Kalianget Hot Water Spring is one of the tourism potential in the Wonosobo regency because it has the second largest number of visitors established after Dieng. This research aims to determine the factors that influence the demand for visits to Kalianget Hot Water Spring by using the individual travel cost method (ITCM).

Regression analysis was involved in this study with specification of the number of individual visits as the dependent variable and the six variables as independent variables. Variables of travel cost to Kalianget Hot Water Spring, travel cost to Dieng, the average family income per month (Rp), distance (Km), group visits and purpose of the visit. The results showed two variables influence the number of tourism demand to the Kalianget Hot Water Spring, the travel cost to the Kalianget Hot Water Spring and monthly family income.

Consumer surplus value obtained for Rp 469.475 for each individual year or Rp 93.895.2 each individual visit. The benefit of the Kalianget Hot Water Spring was Rp 93,895,2 for each individual visit. This number is still higher than the average expenditure of visitor Rp 40.662.5. Therefore, the development of Kalianget Hot Water Spring for improvement but also in optimizing the management of its potential.

Key words: Demand for tourism, Individual Travel Cost Method, Consumer Surplus, Kalianget Hot Water Spring

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang seiring berjalannya waktu. Hal ini berkaitan dengan kehidupan manusia yang serba ingin tahu mengenai segala sesuatu. Baik itu berupa peristiwa ataupun situasi yang terjadi dalam berbagai bidang dengan aspek kehidupan dan lingkungannya. Berbagai upaya yang dapat dilaksanakan untuk menumbuh kembangkan industri pariwisata diantaranya pengadaan sarana akomodasi yang memadai, promosi, kemudahan perjalanan, penambahan dan pengembangan kawasan pariwisata serta mengupayakan produk-produk baru.

Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget merupakan salah satu obyek wisata di Kabupaten Wonosobo yang potensial karena diminati oleh para wisatawan terlihat dari masuknya obyek wisata ini ke dalam 3 urutan Obyek Wisata dengan jumlah pengunjung terbanyak. Jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun semakin meningkat, tetapi dengan presentase pertumbuhan yang cenderung mengalami penurunan dari tahun 2008 hingga 2011. Kemudian diperkuat lagi dengan hasil pra survey yang menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan berasal dari jarak dekat atau kurang dari 5 Km. Hal ini menunjukkan bahwa obyek wisata ini kurang familiar diluar area Kabupaten Wonosobo karena pengunjung yang datang hanya berasal dari daerah sekitar kawasan obyek wisata saja. Padahal dengan potensialnya obyek wisata ini seharusnya dapat menarik minat wisatawan yang berasal dari luar wilayah Kabupaten Wonosobo. Dimungkinkan karena kurangnya promosi wisata dari Pemerintah daerah setempat. Ada beberapa faktor yang diduga mempengaruhi permintaan ke Obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, yaitu adalah biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), Jarak tempat tinggal wisatawan ke obyek wisata, pendapatan rata-rata keluarga perbulan, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan.

Penilaian terhadap suatu kawasan wisata memiliki peranan yang dapat menentukan pengembangan dari tempat wisata itu sendiri yang mencakup berbagai faktor, baik itu nilai sosial maupun nilai politik. Menurut Ward et.al.2000 (dalam Raharjo) metode penilaian khususnya untuk mengukur nilai ekonomi wisata alam yang banyak dipakai adalah Travel Cost Method (TCM). Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai keuntungan (*benefit*) dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pariwisata

Mill dan Morrison (1985) menggambarkan pariwisata adalah suatu sistem yang terdiri atas komponen yang saling terkait satu sama lain. Ada empat komponen pariwisata, yaitu : perjalanan wisata, pasar wisata, tujuan wisata dan pemasaran wisata. Sedangkan Gunn (1994) menggambarkan pariwisata adalah satu kesatuan system antara karakteristik wisatawan yang akan mempengaruhi kebutuhan dan motivasi dalam berwisata, tempat tujuan wisata yang direpresentasikan dalam atraksi dan jasa layanan wisata yang ditawarkan, pemasaran dan ketersediaan akses menuju tempat wisata.

Menurut Spillane (1989), jenis pariwisata diantaranya adalah :

1. *Pleasure tourism*, yaitu pariwisata untuk menikmati perjalanan. Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, mengendorkan ketegangan syarafnya, menikmati keindahan alam, menikmati cerita rakyat suatu daerah, serta menikmati hiburan dan sebagainya.
2. *Recreation tourism*, yaitu pariwisata untuk tujuan rekreasi. Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.
3. *Cultural tourism*, yaitu pariwisata untuk kebudayaan. Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.
4. *Sports tourism*, yaitu pariwisata untuk tujuan olahraga. Jenis pariwisata ini bertujuan untuk olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditunjukkan bagi mereka yang ingin mempraktekkannya sendiri.
5. *Business tourism*, yaitu pariwisata untuk urusan dagang besar. Dalam pariwisata jenis ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan dalam menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk memanjakan dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai objek wisata dan jenis pariwisata yang lain.
6. *Convention tourism*, yaitu pariwisata untuk konvensi. Banyak negara tertarik untuk menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang pariwisata jenis ini.

Permintaan Pariwisata

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Sedangkan menurut Nophirin (dalam Irma Afia Salma dan Indah Susilowati, 2004) permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu. Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain di asumsikan tetap (Samuelson,1998). Sehingga semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (McEarchen, 2000).

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut (McEarchen, 2000) adalah sebagai berikut :

a. Pendapatan

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

b. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan nonharga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.

c. Harga Barang-barang Berkaitan

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

d. Perubahan Dugaan Tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10% pertahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).

e. Penduduk

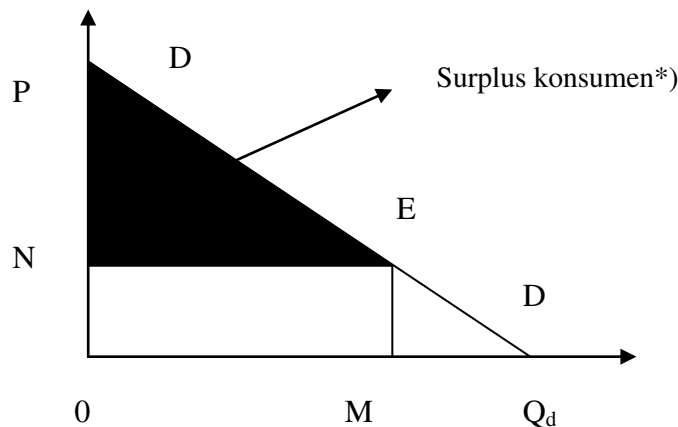
Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang

Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*). Akar dari konsep penilaian ini sebenarnya berdasarkan pada ekonomi neoklasikal (*neoclassical economic theory*) yang menekankan pada kepuasan atau keperluan konsumen. Berdasarkan pemikiran neoklasikal ini dikemukakan bahwa penilaian setiap individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar (*willingness to pay = WTP*), dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut.

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab munculnya surplus konsumen karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama (Samuelson dan Nordhaus, 1990).

Gambar 1
Surplus Konsumen



*) Total surplus konsumen adalah bidang di bawah kurva permintaan dan di atas garis harga
Sumber : Djijono, 2002

Keterangan :

OREM : Total utilitas/kemampuan membayar konsumen

ONEM : Biaya barang bagi konsumen

NRE : total nilai surplus konsumen

Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method ; TCM*) beranjak pada asumsi dasar bahwa setiap individu baik aktual maupun potensial bersedia mengunjungi sebuah daerah untuk mendapatkan manfaat tertentu tanpa harus membayar biaya masuk (*no entry fee*). Namun demikian, walaupun asumsinya tidak ada biaya masuk, namun secara aktual ditemukan pengunjung yang berasal dari lokasi yang jauh dari obyek yang dikunjungi untuk mendapatkan manfaat yang sama. Kondisi ini dalam teori ekonomi dianggap sebagai representasi dari permintaan (*demand*) pengunjung (*konsumen*) terhadap manfaat tersebut.

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut akan menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan efektifnya yang disertai dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000 : 117).

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000 : 117).). Data tersebut kemudian digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dihitung.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget yang melakukan rekreasi dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Menurut Guilford, 1987 dalam Supranto (1997:239) sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen/responden dan semakin besar sampel (semakin besar nilai n =banyaknya elemen sampel) akan memberikan nilai yang lebih akurat. Sehingga diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden. Sedangkan metode sampling yang digunakan adalah *quoted accidental sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang (ditujukan kepada siapa saja yang ditemui di lokasi) namun dibatasi jumlahnya.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel biaya perjalanan pengunjung (transportasi, tiket, parkir, konsumsi, dokumentasi, dll), biaya perjalanan ke objek wisata yang lain yaitu Dieng, pendapatan rata-rata keluarga perbulan, jarak, tujuan kunjungan dan tujuan kunjungan terhadap jumlah kunjungan ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, sehingga diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$$

Keterangan :

- Y : Jumlah permintaan wisata Pemandian Air Panas Kalianget
- X₁ : Biaya perjalanan ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir, dan biaya lain-lain
- X₂ : Biaya perjalanan ke Obyek wisata lain (Dieng)
- X₃ : Pendapatan rata-rata keluarga perbulan
- X₄ : Jarak
- X₅ : Kelompok kunjungan
- X₆ : Tujuan kunjungan

Selain itu ada beberapa variabel yang tidak dimasukkan ke dalam model yaitu umur, jenis kelamin, status marital, jenis pekerjaan, alat transportasi yang digunakan, lama perjalanan dan lama kunjungan. Variabel ini hanya akan didiskripsikan berdasarkan hasil survey terhadap responden yang dijumpai di lokasi penelitian.

Tabel 1
Definisi dan Skala Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Skala Pengukuran
Jumlah kunjungan	Banyaknya kunjungan yang dilakukan individu selama 12 bulan terakhir ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu dalam satuan kekerapan (kali)
<i>Travel cost</i>	Biaya yang dikeluarkan pengunjung selama di Curug Sewu (biaya Transportasi, tiket, parkir, konsumsi, dokumentasi, dll)	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu dalam satuan rupiah (Rp/kunjungan)
<i>Travel cost</i> lain	Biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk mengunjungi objek wisata lain yang telah ditentukan (Objek Wisata Simpang Lima	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu dalam satuan rupiah (Rp/kunjungan)

Pendapatan rata-rata keluarga perbulan	Penghasilan tidak hanya yang bersumber dari pekerjaan utama, namun total penghasilan keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, penghasilan merupakan penghasilan dari orang tua atau kepala keluarga setiap bulan	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu dalam satuan rupiah (Rp)
Jarak	Jarak tempat tinggal pengunjung dengan obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu dengan satuan kilometer (Km)
Kelompok kunjungan	Kunjungan pengunjung secara individu. Variabel ini diukur dengan Kunjungan keluarga, rombongan atau bersama teman	Variabel ini diukur dengan skala dummy (1=dg keluarga atau rombongan, 0=sendiri)
Tujuan kunjungan	Tujuan berkunjung ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget untuk rekreasi, berendam air panas, olahraga dan lain – lain.	Variabel ini diukur dengan skala dummy (1=untuk berendam air panas, 0=untuk rekreasi dan olahraga)

Analisis lain yang digunakan adalah valuasi ekonomi. Dalam penelitian ini untuk menghitung valuasi ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun. Untuk menghitung nilai surplus konsumen, menggunakan formulasi sebagai berikut :

$$Dx = Qx = a - bP$$

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

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(P_x) dP$$

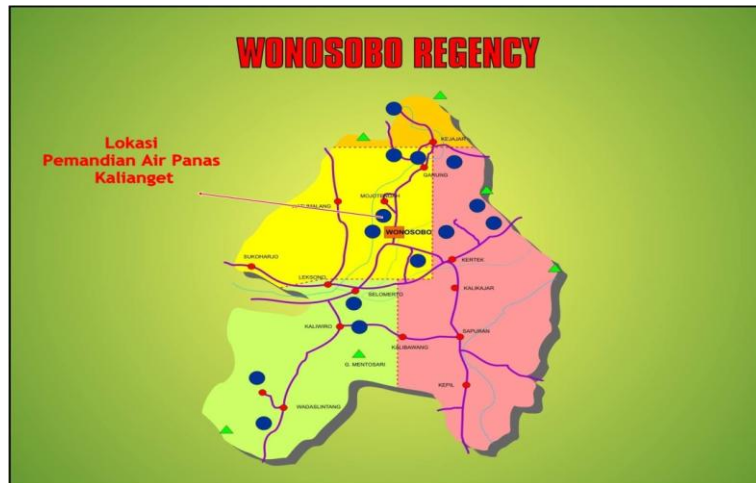
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget di Desa Kalianget Kelurahan Kalianget Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo. Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget merupakan salah satu objek wisata unggulan yang dimiliki Kabupaten Wonosobo. Obyek wisata ini hanya berjarak 3 km dari pusat kota, tepatnya terletak di Jalan Dieng kilometer 3 atau sebelah utara kota Wonosobo. Luas areal keseluruhan kawasan obyek wisata ini sebesar 9,5 hektare. Untuk pemandian dan fasilitas lainnya dibangun seluas 5,4 hektare. Adapun untuk kawasan bekas pasar Dieng seluas 2,6 hektare, semuanya akan dijadikan kawasan hotel.

Obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget menyediakan pemandian Air Panas alami, dimana air tersebut mengandung Asam Sulfat yang cukup tinggi sehingga berkhasiat untuk menyembuhkan berbagai penyakit kulit. Tidak hanya itu, Pemandian Air Panas Kalianget juga menyediakan sarana olah raga seperti menyediakan fasilitas lapangan tennis, stadion sepakbola, kolam renang *olympic size*, taman bermain dan kolam pemancingan. Setelah melakukan olahraga tennis ataupun berenang, para pengunjung juga bisa beristirahat sambil berendam air panas alami yang terdapat disana baik di kolam terbuka maupun di area pemandian air panas di ruang tertutup yaitu dalam bentuk kamar mandi yang dilengkapi dengan bath up.

Gambar 2
Lokasi Penelitian



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Wonosobo, 2012

Tabel 2
Gambaran Umum Responden

1.	Umur responden	15-29th(53,75%)gol.umur produktif
2.	Jenis kelamin responden	Laki-laki (60%)perempuan(40%)
3.	Status marital	Menikah (54,75% blm menikah (46,35%)
4.	Pekerjaan responden	Pelajar (30%) PNS (26,25%)
5.	Penghasilan rata-rata perbulan	2-3 juta (43,75%)
6.	Jarak tempat tinggal dg obyek wisata	<5 Km (48,75%)
7.	Jumlah kunjungan ke obyek wisata	1-5kali (67,5%)
8.	Lama perjalanan menuju obyek wisata	<10 menit (33,75%)
9.	Tujuan kunjungan	Berendam air panas (60%)
10.	Kelompok kunjungan	Keluarga/rombongan (66,75%)
11.	Alat transportasi yang digunakan	Sepeda motor (66,25%)
12.	Lama kunjungan di obyek wisata	1-2 jam (41,25%)
13.	Alasan ketertarikan terhadap obyek wisata	Biaya murah (46,25%)
14.	Kesediaan untuk berkunjung kembali	Bersedia (100%)
15.	Tingkat kepuasan kunjungan	Puas (48,75%)
16.	Travel cost ke Kalianget	<Rp 50.000,- (66,25%) Min Rp 6.000,- Max Rp 114.000,-
17.	Travel cost ke Dieng	>Rp 100.000,- (56,25%) Min Rp 36.000,- Max Rp 400.000,-
18.	Alasan kunjungan ke obyek wisata lain (Dieng)	Fasilitas lebih baik dan menarik (56,25%)

Hasil Analisis Regresi

Dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel travel cost ke Pemandian Air Panas Kalianget dan variabel pendapatan rata-rata keluarga perbulan. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel jumlah kunjungan. Hal ini disebabkan keunikan pengunjung Pemandian Air Panas Kalianget, dimana variabel biaya perjalanan ke Dieng tidak berpengaruh secara signifikan karena ketidakidentikan kedua objek wisata. Berdasarkan nilai koefisiennya yang negatif berarti Obyek wisata Pemandian Air Panas dan Objek Wisata Dieng adalah barang komplementer. Jadi selain berkunjung ke Pemandian Air Panas Kalianget, masyarakat juga berkunjung ke Dieng.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier berganda

Variabel	Koefisien	Std.Error	Std.Koef	T	Sig
Constant	5.637	2.407		2.342	0.022 (S)
TC	-0.00005	0.000	-0.254	-2.223	0.030 (S)
TC lain	-0.00001	0.000	-0.221	-1.641	0.106 (TS)
Penghasilan	1.767	0.584	0.331	3.026	0.004 (S)
Jarak	-0.063	0.038	-0.188	-1,654	0.103 (TS)
Kelompok	0.479	1.483	0.044	0.323	0.748 (TS)
Tujuan	-0.775	1.271	-0.064	-0.610	0.544 (TS)
R²	0.316				
Adjusted R²	0.260				
F_{hitung}	5.148				
Sig F	0.000				
N	73				

Sumber : data primer diolah, 2012

Dari hasil penghitungan regresi menunjukkan konsistensi terhadap teori bahwa biaya perjalanan (*travel cost*) memberikan tanda negatif. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen (yaitu pengunjung Pemandian Air Panas Kalianget) memilih untuk lebih banyak melakukan kunjungan wisata pada biaya perjalanan yang lebih rendah sebagaimana hubungan antara harga dan jumlah barang yang dibeli (hukum permintaan dalam teori ekonomi). Variabel biaya perjalanan di objek wisata lain yang dalam hal ini dipilih Obyek Wisata Dieng, menunjukkan tanda negatif yang berarti terjadi hubungan komplementer antar kedua barang. Variabel penghasilan per bulan menunjukkan tanda positif, yang berarti semakin tinggi penghasilan seseorang maka semakin tinggi jumlah kunjungan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget sebagaimana hubungan antara jumlah permintaan dan pendapatan (*income*) dalam teori permintaan. Hal ini berarti bahwa Pemandian Air Panas Kalianget merupakan barang normal.

Hasil Valuasi Ekonomi

Secara spesifik fungsi permintaan yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,637 - 0,00005 X_1 - 0,00001 X_2 + 1,767 X_3 - 0,063 X_4 + 0,479 X_5 - 0,775 X_6$$

Selanjutnya, fungsi permintaan hasil perhitungan regresi digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghitung surplus konsumen per individu per tahun digunakan perhitungan integral dengan batas atas adalah biaya perjalanan tertinggi dan batas bawah adalah minimum biaya perjalanan. Dari data diperoleh bahwa biaya perjalanan tertinggi adalah Rp 114.000,00 dan terendah adalah Rp 6.000,00 (harga tiket masuk).

Dari perhitungan integral diperoleh surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 469.476,- atau Rp 93.895,2 per individu per satu kali kunjungan. Kemudian untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka nilai surplus konsumen per individu dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2011 yaitu sebesar 78.374 pengunjung, sehingga diperoleh total nilai ekonomi Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget adalah Rp 23.903.443.008,- tahun.

KESIMPULAN

Dari hasil estimasi secara statistik dapat diketahui bahwa, ada beberapa variabel bebas dalam penelitian ini yang signifikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu Jumlah permintaan di obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget adalah biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan rata-rata keluarga perbulan. Sedangkan variabel bebas yang mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap jumlah permintaan secara statistik adalah variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Dieng), jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan.

Dua variabel yang signifikan, yaitu variabel *travel cost* ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan rata-rata keluarga perbulan menunjukkan bahwa berwisata ke Pemandian Air Panas Kalianget bagi masyarakat di Kabupaten Wonosobo merupakan konsumsi barang normal. Karena jika pendapatan naik dan semakin rendah *travel cost* ke Pemandian Air Panas Kalianget maka akan semakin besar permintaan kunjungan ke obyek wisata tersebut.

Surplus konsumen sebesar Rp 86.335,62 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh konsumen yaitu pengunjung obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget masih jauh di atas harga rata-rata pengeluaran perjalanan yaitu Rp 40.662,3 per satu kali kunjungan. Hal ini berarti objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan kepada para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Pemandian Air Panas Kalianget. Berdasarkan koefisien variabel Biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) menuju objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget bertanda negatif dan berpengaruh terhadap jumlah permintaan wisata ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi biaya perjalanan menuju objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget akan semakin rendah jumlah permintaan wisata ke obyek tersebut, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, penentuan kebijakan harga atau tarif seperti kenaikan tiket masuk sebaiknya diimbangi dengan penambahan kolam berendam air panas, peningkatana kebersihan kolam dan lingkungan sekitar obyek wisata serta pembuatan kamar ganti dan toilet yang sesuai dengan standar yang berlaku.

Koefisien variabel penghasilan rata-rata keluarga perbulan yang bertanda positif dapat disimpulkan bahwa objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget merupakan barang normal sehingga semakin tinggi penghasilan pengunjung akan semakin tinggi jumlah permintaan wisata ke objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget. Akan tetapi, semakin tinggi penghasilan pengunjung maka mereka akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu, diperlukan pengembangan dan penganekaragaman daya tarik wisata (seperti pembuatan *waterboom* atau *waterpark*) agar pengunjung yang telah berkunjung bersedia untuk datang kembali ke objek wisata Pemandian Air Panas Kalianget.

REFERENSI

- Anonim. 2009. Pariwisata Wonosobo Dalam www.e-wonosobo.com Diakses tanggal 25 Juni 2012.
- BPS. 2012. Kecamatan Wonosobo dalam Angka. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Wonosobo dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonosobo.
- BPS. 2011. Kabupaten dalam Angka. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Wonosobo dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonosobo.
- Dhita Triana Dewi. 2010. *Analisis Kunjungan Water Blaster Kota Semarang*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro dipublikasikan dalam www.fe.undip.ac.id diakses tanggal 4 April 2012.
- Dumairy. 2003. *Matematika Terapan Untuk Bisnis dan Ekonomi*. BPF: Yogyakarta.
- Djijono. 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan metode Travel Cost Method Taman Hutan Wisata di Taman Wan Abdul Rahman, Propinsi Lampung*. Tesis. Program Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga: Jakarta. Terjemahan. Sumarno Zain.
- Ayu, Hilda. 2011. *Blog Kabupaten Wonosobo*. Diakses tanggal 24 Juni 2012.
- McEachern, William, 2001. *Ekonomi Mikro*. Salemba Empat. Jakarta. Terjemahan. Sigit Triandaru.
- Nicholson, W. 1995. *Teori Mikroekonomi*. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.
- Pindyck, S. Robert dan Rubinfeld, L. Daniel. 2003. *Mikroekonomi*. Jakarta : Indeks.
- Purwanto, Arif Budi. 1998. *Valuasi Ekonomi Wana Wisata Taman Hutan Raya Juanda dengan Menggunakan Pendekatan Trvel Cost*. Tesis Program Pascasarjana ITB, Bandung.
- Sahlan.2008. *Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Biaya Perjalanan*. Skripsi Program Sarjana Universitas Mataram.

- Salma, Irma Afia dan Indah Susilowati. 2004. *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. Jurnal Dinamika Pembangunan, Vol 1 No. 2/Des 2004.
- Samuelson, William A., William D. Norghaus. 1998. *Economics*. Mc. Grow Hill.
- Sinclair, M. Thea dan Stabler, Mike. 1997. *Economics of Tourism*. Rout Ledge : London.
- Spillane, James. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius
- Sukirno, Sadono. 2006. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Suparmoko dan Maria R. Suparmoko. 2000. *Ekonomika Lingkungan*. Edisi Pertama. BPFE-Yogyakarta
- Tri Firandari. 2009. *Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung dengan Metode Biaya Perjalanan*. Dipublikasikan oleh Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.