



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN  
DAN NILAI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM  
CURUG SILAWE KABUPATEN MAGELANG**

**SKRIPSI**  
**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**  
**pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh**  
**Novian Hangga Prakosa**  
**NIM 7111414113**

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**  
**2018**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian

skripsi pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 28 November 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan,



Fafurida, S.E, M.Sc.  
NIP. 198502162008122004

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized letters.

Fafurida, S.E, M.Sc.  
NIP. 198502162008122004

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 18 Desember 2018

Penguji I



Dr. Amin Pujiati S.E., M.Si.  
NIP. 196908212006042001

Penguji II



Lesta Karolina Br. Sebayang S.E., M.Si.  
NIP. 198007172008012016

Penguji III



Fafurida, S.E., M.Sc.  
NIP. 198502162008122004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Heri Yanto, MBA, Ph.D  
NIP. 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novian Hangga Prakosa

NIM : 7111414113

Tempat Tanggal Lahir : Semarang, 03 November 1995

Alamat : Jl. Dewi Sartika Timur X No. 1 RT 05 RW 05

Kel. Sukorejo Kec. Gunungpati Kota Semarang

menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, November 2018



Novian Hangga Prakosa  
NIM 7111414113

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto**

Selesaikanlah apa yang telah kamu mulai.

*“Adhang-adhang tetese embun, pasrah peparang marang Gusti”* (Setelah usaha maksimal kita juga harus pasrah atas apa yang telah diusahakan dengan kehendak Tuhan).

*Done is better than perfect* (Selesai lebih baik daripada sempurna).

### **Persembahan**

1. Kedua orangtuaku, Bapak Eko Suprayitno dan Ibu Widoretno.
2. Almamaterku, Universitas Negeri Semarang.
3. Diri sendiri.

## SARI

**Prakosa, Novian Hangga.** 2018. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Silawe Kabupaten Magelang”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Fafurida, S.E., M.Sc.

**Kata Kunci: Jumlah Kunjungan Wisatawan, Curug Silawe, Nilai Ekonomi, Metode Biaya Perjalanan**

Kabupaten Magelang merupakan salah satu kabupaten dengan jumlah kunjungan wisatawan tertinggi di Jawa Tengah, namun tidak diimbangi dengan jumlah kunjungan wisatawan yang tinggi di beberapa objek wisata alternatif, salah satunya adalah Curug Silawe. Jumlah kunjungan wisatawan di Curug Silawe rendah dan mengalami penurunan sepanjang 2015 - 2017. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, keindahan alam, dan umur terhadap jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe dan untuk mengestimasi nilai ekonomi Curug Silawe melalui metode biaya perjalanan individu.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Curug Silawe dengan sampel sejumlah 98 responden yang diambil dengan teknik *quota accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda OLS dan estimasi nilai ekonomi.

Hasil penelitian menunjukkan variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe adalah pendapatan, jarak dan umur. Nilai ekonomi Curug Silawe mencapai Rp. 1.109.930.140,48 per tahun. Nilai ini diperoleh dari surplus konsumen yang diperoleh per individu per tahun sebesar Rp 308.656,88.

Saran yang diberikan kepada pemerintah Kabupaten Magelang adalah memperbaiki akses dan kualitas jalan menuju Curug Silawe, meningkatkan promosi dan publikasi Curug Silawe, meningkatkan kualitas lingkungan dan fasilitas di Curug Silawe, dan menetapkan harga tiket masuk yang berbeda di hari libur dan hari kerja.

## ABSTRACT

**Prakosa, Novian Hangga.** 2018. "Factors Influencing Number of Tourist Visitations and Economic Value of Natural Tourist Attraction of Curug Silawe Magelang Regency". Final Project. Department of Economic Development. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor: Fafurida, S.E., M.Sc.

**Keywords: Number of Tourist Visitations, Curug Silawe, Economic Value, Travel Cost Method**

Magelang Regency is one of the regency with the highest number of tourist visitations in Central Java. However it is not matched with higher number of visitations in some alternative tourism destinations, one of them is Curug Silawe. The number of tourists visiting Curug Silawe is lower and decreased throughout 2015 - 2017. The purposes of this research are to identify the influence of travel cost, income, distance, access, facilities, natural beautiness, and age on the number of individual visits to Curug Silawe and to estimate the economic value of Curug Silawe through individual travel cost method.

The population in this study are Curug Silawe tourists with sample of 98 respondents taken by the quota accidental sampling technique. The data collection method used are literature study and questionnaire. The analysis tool used are OLS linear regression and economic value estimation.

The results showed variables that influence the number of individual visits to Curug Silawe are income, distance and age. The economic value of Curug Silawe reached Rp. 1,109,930,140.48 per year. This value is obtained from consumer surplus obtained per individual per year of Rp 308,656.88.

The recommendations given to the Magelang regency government are to improve access and quality of the road to Curug Silawe, improve the promotion and publication of Curug Silawe to reach tourists outside Magelang Regency, improve the quality of the environment and facilities in Curug Silawe, and implementing different ticket prices at holidays and weekdays.

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas limpahan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis berkesempatan untuk menyusun skripsi yang berjudul “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Silawe Kabupaten Magelang” sebagai syarat untuk menyelesaikan studi jenjang Sarjana Ekonomi Pembangunan di Universitas Negeri Semarang. Penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak untuk menyusun skripsi ini. Dengan demikian, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., sebagai Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA, Ph.D., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti.
3. Fafurida, S.E., M.Sc., sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Amin Pujiati, S.E., M.Si., sebagai dosen penguji I yang memberikan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik, sekaligus dosen wali rombel EP 2014 B yang telah memberikan arahan selama menempuh studi di Universitas Negeri Semarang.



5. Lesta Karolina Br. Sebayang S.E.,M.Si., sebagai dosen penguji II yang memberikan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
7. Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang yang telah membantu penulis untuk memperoleh data-data pendukung skripsi ini.
8. Pengelola Objek Wisata Alam Air Terjun Curug Silawe yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian di lokasi yang bersangkutan dan memberikan informasi pendukung.
9. Wisatawan yang berkunjung ke Air Terjun Curug Silawe yang bersedia menjadi responden dalam pengambilan data.
10. Teman-teman seperjuangan penulis, rombel EP B 2014 yang memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas segala kebaikan yang diberikan berbagai pihak kepada penulis, dan skripsi ini dapat memberikan wawasan kepada yang membacanya.

Semarang, November 2018

Penyusun

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>SARI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.7 Orisinalitas Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pariwisata.....	14
2.1.2 Komponen Pariwisata .....	18
2.1.3 Daya Tarik Wisata .....	19
2.1.4 Wisatawan.....	20
2.1.5 Permintaan .....	22
2.1.6 Permintaan Pariwisata.....	24
2.1.7 Nilai Ekonomi.....	27



4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	60
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	63
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	64
4.1.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Datang.....	65
4.1.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Kunjungan .....	65
4.1.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Alat Transportasi .....	66
4.1.2.10	Penilaian Responden terhadap Akses Jalan.....	67
4.1.2.11	Penilaian Responden terhadap Kelengkapan Fasilitas.....	67
4.1.2.12	Penilaian Responden terhadap Keindahan Alam ...	68
4.1.2.13	Penilaian Responden terhadap Biaya Perjalanan ...	68
4.2	Hasil Penelitian .....	69
4.2.1	Pengaruh Biaya Perjalanan, Pendapatan, Jarak, Akses, Fasilitas, Keindahan Alam, dan Umur terhadap Jumlah Kunjungan Individu ke Objek Wisata Alam Curug Silawe .	69
4.2.1.1	Model Persamaan Regresi .....	69
4.2.1.2	Uji Statistik.....	69
4.2.1.3	Uji Asumsi Klasik .....	74
4.2.1.4	Interpretasi Model Regresi .....	77
4.2.2	Estimasi Nilai Ekonomi .....	79
4.3	Pembahasan.....	80
4.3.1	Pengaruh biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe .....	80
4.3.2	Pengaruh pendapatan terhadap jumlah kunjungan	

individu ke Curug Silawe .....	82
4.3.3 Pengaruh jarak terhadap jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe .....	83
4.3.4 Pengaruh akses terhadap jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe .....	84
4.3.5 Pengaruh fasilitas terhadap jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe .....	85
4.3.6 Pengaruh keindahan alam terhadap jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe .....	87
4.3.7 Pengaruh umur terhadap jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe .....	88
4.3.8 Estimasi Nilai Ekonomi .....	89
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
5.1 Simpulan .....	91
5.2 Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Penerimaan Devisa Pariwisata Dibandingkan dengan Komoditas Ekspor Lainnya di Indonesia Tahun 2013 - 2017 .....	2
1.2 Jumlah Daya Tarik wisata di Jawa Tengah Tahun 2013 - 2017 .....	3
1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013-2017 (Orang).....	3
1.4 Daftar 9 Kabupaten/Kota dengan Jumlah Wisatawan Tertinggi di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 - 2017 .....	4
1.5 Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Destinasi Wisata di Kabupaten Magelang Tahun 2013-2017 (Orang).....	6
1.6 Perkembangan Pendapatan Objek Wisata Alam Curug Silawe Tahun 2013-2017 .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	34
3.1 Hasil Uji Validitas .....	52
3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
4.1 Pendapatan Responden per Bulan .....	63
4.2 Akses Jalan.....	67
4.3 Kelengkapan Fasilitas .....	67
4.4 Keindahan Alam.....	68
4.5 Biaya Perjalanan.....	68
4.6 Hasil Analisis EViews.....	69
4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	74
4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	75
4.9 Hasil Regresi Biaya Perjalanan .....	79

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	43
4.1 Curug Silawe dan Curug Sigong .....	59
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	61
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah .....	64
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Datang .....	65
4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Kunjungan.....	65
4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Alat Transportasi .....	66
4.10 Hasil Uji Normalitas.....	76
4.11 Akses Jalan Menuju Curug Silawe.....	85
4.12 Fasilitas - Fasilitas di Curug Silawe .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Surat Permohonan Izin Penelitian .....	98
2. Surat Rekomendasi Penelitian.....	99
3. Surat Izin Penelitian .....	100
4. Instrumen Penelitian.....	101
5. Profil Responden .....	107
6. Tabulasi Regresi .....	110
7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	112
8. Hasil Uji Asumsi Klasik dan Regresi.....	113
9. Hasil Estimasi Nilai Ekonomi .....	116
10. Tanda Masuk dan Tanda Retribusi Parkir.....	117
11. Dokumentasi Penelitian.....	117



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Wisata sebagaimana dimaksud dalam Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Kini sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang mampu menopang perekonomian baik dari tatanan negara hingga ke tatanan masyarakat.

Prestasi sektor pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan. Laporan *Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)* tahun 2017 menempatkan indeks daya saing pariwisata Indonesia ke peringkat 42, naik delapan tingkat dari peringkat 50 pada tahun 2015. Selain itu Indonesia juga mendapatkan penghargaan sebagai sepuluh besar negara terbaik untuk dikunjungi tahun 2019 oleh *Lonely Planet*. Dengan potensi kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang ada menjadikan Indonesia sebagai negara yang sangat layak untuk dikunjungi wisatawan.

Sektor pariwisata mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014 pariwisata menghasilkan PDB 394,52 triliun rupiah, 2015 sebanyak 461,36 triliun rupiah, dan 2016 kembali mengalami peningkatan menjadi 500,19 triliun rupiah. (Kementerian Pariwisata, 2017). Perkembangan penerimaan devisa pariwisata dibandingkan dengan komoditas ekspor lainnya di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.1:

**Tabel 1.1**  
**Penerimaan Devisa Pariwisata Dibandingkan dengan Komoditas Ekspor**  
**Lainnya di Indonesia Tahun 2013 - 2017**

No.	Komoditas	Nilai (Juta US\$)				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Minyak dan Gas Bumi	32.633,2	30.318,8	18.574,4	13.105,5	14.158,3
2	Batu Bara	24.501,4	20.819,3	14.717,9	12.794,2	16.191,6
3	Minyak Kelapa Sawit	15.839,1	17.464,9	16.427,0	15.955,6	18.634,4
4	Pariwisata	10.054,1	11.166,1	12.225,9	13.458,5	15.235,5
5	Karet Olahan	9.316,6	7.021,7	-	-	-
6	Pakaian Jadi	7.501,0	7.450,9	6.117,1	6.136,2	6.161,2
7	Peralatan Listrik	6.418,6	6.259,1	4.510,4	4.615,0	3.373,0
8	Makanan Olahan	5.434,8	6.486,8	-	-	-
9	Tekstil	5.293,6	5.379,7	-	-	-
10	Kertas dan Barang dari Kertas	3.802,2	3.780,0	3.546,3	3.350,3	4.052,8
11	Kayu Olahan	3.514,5	3.914,1	1.352,2	1.275,8	1.190,4
12	Bahan Kimia	3.501,6	3.853,7	3.174,0	3.697,9	4.018,7
13	Barang perhiasan dan barang berharga	-	-	3.319,9	4.250,4	2.609,1
14	Benang Pintal	-	-	1.927,6	1.832,1	1.765,9
15	Karet Remah	-	-	3.564,1	3.177,1	4.641,2

Sumber: Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016 dan 2017

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa penerimaan devisa pariwisata secara konsisten mengalami peningkatan sepanjang tahun 2013 hingga 2017. Peningkatan devisa pariwisata terbesar terjadi pada tahun 2016 ke 2017 dengan nilai sebesar 1777 juta US\$. Hal ini tidak terlepas dari usaha pemerintah meningkatkan pembangunan infrastruktur dan aksesibilitas pariwisata nasional agar mampu menarik kunjungan wisatawan.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keindahan alam dan ragam sejarah yang menjadi daya tarik wisata. Hal ini

menjadikan Jawa Tengah sebagai provinsi yang memiliki jumlah daya tarik wisata terbanyak di pulau Jawa, yaitu sebanyak 477 objek wisata (Pusdatin Kementerian Pariwisata, 2015). Perkembangan jumlah daya tarik wisata di Jawa Tengah dapat dilihat pada tabel 1.2:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Daya Tarik wisata di Jawa Tengah Tahun 2013 - 2017**

No.	Tahun	Jumlah
1	2013	417
2	2014	467
3	2015	477
4	2016	551
5	2017	732

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2018

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat jumlah daya tarik wisata di Jawa Tengah mengalami peningkatan sepanjang tahun 2013 hingga 2017 dengan peningkatan terbesar pada tahun 2017 sejumlah 181 daya tarik wisata. Peningkatan jumlah daya tarik wisata di ini tidak terlepas dari bertambahnya objek wisata baru yang tersebar di berbagai Kabupaten / Kota di Jawa Tengah. Di sisi lain, jumlah daya tarik wisata di Jawa Tengah juga diikuti dengan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik yang terdapat pada tabel 1.3:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013-2017 (Orang)**

Tahun	M mancanegara	Domestik	Total
2013	388.143	29.430.609	29.818.752
2014	419.584	29.852.095	30.271.679
2015	375.166	31.432.080	31.807.246
2016	578.924	36.899.776	37.478.700
2017	781.107	40.118.470	40.899.577

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2018

Berdasarkan tabel 1.3 terlihat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik secara total mengalami peningkatan sepanjang tahun 2013 - 2017. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik ini tidak terlepas dari Kabupaten / Kota di Jawa Tengah yang memiliki destinasi unggulan, sehingga memiliki jumlah wisatawan tertinggi. Perkembangan sembilan Kabupaten / Kota dengan jumlah wisatawan tertinggi di Jawa Tengah tahun 2013 - 2017 dapat dilihat pada tabel 1.4:

**Tabel 1.4**  
**Daftar 9 Kabupaten / Kota dengan Jumlah Wisatawan Tertinggi di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 - 2017**

No.	Kabupaten / Kota	Jumlah Wisatawan (Orang)				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Kabupaten Banyumas	984.290	1.424.986	2.005.483	1.695.115	2.111.861
2	Kabupaten Demak	1.542.725	1.432.182	1.454.995	1.527.280	1 672 509
3	Kabupaten Jepara	1.409.468	1.506.596	1.671.226	1.774.595	2.190.231
4	Kabupaten Kudus	918.149	1.687.759	1.503.012	1.518.727	1.845.872
5	Kabupaten Magelang	4.054.554	4.008.680	4.273.552	4.609.275	4.867.701
6	Kabupaten Rembang	2.397.234	392.391	1.395.354	1.229.585	-
7	Kabupaten Semarang	1.367.452	1.526.549	2.119.938	2.257.933	2.822.421
8	Kota Semarang	2.002.286	2.704.982	2.870.082	3.125.197	5.024.476
9	Kota Surakarta	2.362.527	3.265.137	3.007.329	2.509.085	3.069.597

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata se-Jawa Tengah, 2018

Berdasarkan tabel 1.4 jumlah wisatawan tertinggi di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2013 - 2016 adalah Kabupaten Magelang. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan tertinggi adalah Kota Semarang yaitu sejumlah 5.024.476 wisatawan. Jika dilihat secara seksama jumlah wisatawan Kabupaten Magelang mengalami penurunan pada tahun 2014 sejumlah 45.874 wisatawan. Walaupun menurun pada tahun 2014, jumlah wisatawan Kabupaten Magelang mengalami peningkatan

secara berturut - turut di tahun berikutnya yaitu sejumlah 264.872 wisatawan pada tahun 2015, 335.273 wisatawan pada tahun 2016, dan 258.426 pada tahun 2017.

Kabupaten Magelang merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki daya tarik wisata unggulan, yaitu Candi Borobudur dan Ketep Pass sehingga adanya daya tarik wisata ini mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Magelang menjadi salah satu yang tertinggi di Provinsi Jawa Tengah. Selain itu Kabupaten Magelang masuk dalam Destinasi Pariwisata Provinsi (DPP) Borobudur - Dieng yang dikembangkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012 - 2027, sehingga hal tersebut menjadi peluang bagi Kabupaten Magelang untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik di objek wisata unggulan maupun alternatif.

Sebagai kabupaten yang terletak di bentang alam pegunungan, Kabupaten Magelang memiliki berbagai pilihan objek wisata alam, di antaranya adalah perbukitan, telaga, gunung, hutan, hingga air terjun. Salah satu wisata alam yang berpotensi untuk dikembangkan adalah air terjun. Ada sejumlah lima air terjun di Kabupaten Magelang, yaitu Air Terjun Sekar Langit, Air Terjun Seloprojo, Air Terjun Kedung Kayang, Air Terjun Delimas, dan Air Terjun Curug Silawe.

Objek wisata alam Curug Silawe terletak di Dusun Kopeng Kulon, Desa Sutopati, Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelang. Objek wisata alam Curug Silawe berjarak 20,6 km atau sekitar 45 menit dari Kota Magelang. Fasilitas yang tersedia di Curug Silawe adalah tempat parkir, warung-warung makan di sekitar

lokasi dan toilet. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan di Curug Silawe dibandingkan dengan objek wisata lainnya dapat dilihat pada tabel 1.5:

**Tabel 1.5**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Destinasi Wisata di Kabupaten Magelang Tahun 2013-2017 (Orang)**

Destinasi Wisata	2013	2014	2015	2016	2017	Jumlah
Candi Borobudur	3.581.726	3.376.304	3.578.387	3.759.300	3.775.799	18.071.516
Candi Mendut dan Candi Pawon	84.022	78.141	60.051	75.168	76.918	374.300
PAH Candi Umbul	19.971	27.528	31.706	37.258	40.014	156.477
TR Mendut	61.876	68.858	75.216	91.385	94.682	392.017
Telaga Bledar	3.074	3.294	4.057	8.836	13.506	32.767
Ketep Pass	342.944	329.480	354.084	337.994	320.929	1.685.431
Sekar Langit	11.683	13.573	15.169	16.116	9.312	65.853
Seloprojo	2.549	2.874	3.891	5.475	2.848	17.637
Kedung Kayang	13.132	13.534	12.075	4.662	6.541	49.944
Curug Silawe	6.579	7.877	6.239	5.471	3.596	29.762
Candi Selogriyo	-	-	-	18.439	14.700	33.139
Punthuk Setumbu	-	-	-	102.886	122.879	225.765
Candi Ngawen	-	-	-	26.656	28.693	55.349

Sumber: Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang, 2018

Berdasarkan tabel 1.5 jumlah kunjungan wisatawan di Curug Silawe mengalami kenaikan hanya pada tahun 2014, yaitu sebesar 1.298 wisatawan. Namun sepanjang tahun 2015 hingga 2017 jumlah kunjungannya mengalami penurunan berturut - turut. Pada tahun 2015 jumlahnya berkurang 1.638 wisatawan, tahun 2016 berkurang sebanyak 768 wisatawan, dan tahun 2017 berkurang sebanyak 1.875 wisatawan. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan di Curug

Silawe ini juga diikuti dengan perkembangan pendapatan Curug Silawe yang dapat dilihat pada tabel 1.6:

**Tabel 1.6**  
**Perkembangan Pendapatan Objek Wisata Alam Curug Silawe**  
**Tahun 2013-2017**

Tahun	Pendapatan (Rupiah)
2013	8.291.680
2014	11.389.000
2015	7.154.520
2016	6.289.360
2017	8.025.400

Sumber: Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang, diolah.

Berdasarkan tabel 1.6 terlihat pendapatan objek wisata alam Curug Silawe mengalami peningkatan pada tahun 2014 sebesar Rp 3.097.320,00. Kemudian mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar Rp 4.234.480,00 dan 2016 sebesar Rp 865.160,00 lalu kembali mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebesar Rp 1.736.040,00. Hal ini menunjukkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan di Curug Silawe berbanding lurus dengan penurunan pendapatan objek wisata alam Curug Silawe, namun berbanding terbalik pada tahun 2017 di mana jumlah kunjungannya menurun dan pendapatannya meningkat di tahun yang sama.

Bila dibandingkan dengan objek wisata lainnya, Curug Silawe tidak sepopuler objek wisata unggulan seperti Candi Borobudur, Candi Mendut, maupun Ketep Pass. Dari segi transportasi, Curug Silawe hanya dapat diakses dengan transportasi pribadi karena belum tersedianya transportasi umum. Dari segi jarak, Curug Silawe lebih dekat dibandingkan Ketep Pass yang berjarak  $\pm$  26,5 km dari kota Magelang namun lebih jauh dibandingkan Candi Borobudur yang hanya berjarak  $\pm$  17,5 km dari kota Magelang. Meskipun bukan objek wisata yang

populer, Curug Silawe memiliki potensi untuk menambah jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Magelang dan membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Menurunnya angka pengunjung selama tahun 2015 - 2017 tentu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang menyebabkan turunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Curug Silawe. Jumlah kunjungan wisatawan dalam hal ini diartikan seberapa kali individu berkunjung ke suatu objek wisata atau frekuensi kunjungan dalam waktu tertentu. Adapun faktor-faktor yang diduga mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe di antaranya adalah biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, keindahan alam, dan umur.

Setiap melakukan aktivitas wisata, wisatawan akan melakukan pengeluaran dalam bentuk biaya perjalanan. Biaya perjalanan menyangkut biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan di antaranya biaya transportasi (membeli bahan bakar atau menggunakan transportasi ke lokasi tujuan), biaya untuk membayar tiket / retribusi masuk, biaya konsumsi makanan dan minuman, biaya dokumentasi, serta biaya lain yang terkait. Peningkatan biaya perjalanan akan mengurangi frekuensi kunjungan (Ali, et al., 2018).

Pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima individu setiap bulan, baik dalam bentuk gaji maupun uang saku. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan (Yoeti, 2008). Pendapatan juga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi permintaan pariwisata (Sinclair & Stabler, 1997). Dapat diartikan bahwa wisatawan yang berpendapatan tinggi akan sering melakukan kunjungan.



Jarak merupakan ukuran seberapa jauh antara tempat tinggal wisatawan dengan tujuan objek wisata. Secara teoritis dikemukakan oleh Suparmoko (2000) dan Goeldner dan Ritchie (2009) bahwa semakin jauh jarak wisatawan ke tempat tujuan wisata, maka wisatawan semakin enggan untuk melakukan perjalanan wisata yang ditunjukkan dengan rendahnya jumlah kunjungan ke tempat wisata tersebut. Dapat diartikan bahwa wisatawan lebih memilih tempat wisata yang lokasinya lebih dekat dengan tempat tinggal wisatawan.

Aksesibilitas sangat penting untuk memudahkan wisatawan yang hendak berkunjung ke daya tarik wisata (Hakim & Fafurida, 2018). Mudahnya akses ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan (Yoeti, 2008). Dapat diartikan bahwa wisatawan memerlukan aksesibilitas yang mudah untuk dapat mencapai ke lokasi wisata tujuan, sehingga wisatawan mau untuk mengunjunginya. Akses merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan (Furqony & Fafurida, 2017).

Fasilitas merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan wisata karena selama perjalanan wisata, pengunjung akan memanfaatkan segala fasilitas umum seperti toilet, tempat ibadah, saung dan kantin yang ada di lokasi wisata sehingga kenyamanan dalam penggunaan fasilitas umum menjadi pertimbangan sendiri bagi pengunjung (Fitriana, Abidin, & Endaryanto, 2017). Wisatawan membutuhkan fasilitas untuk menunjang aktivitas selama di tempat wisata.

Keindahan alam mempengaruhi frekuensi kunjungan ke suatu objek wisata. Yoeti (2008) mengemukakan bahwa keputusan wisatawan memilih daerah tujuan wisata lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah tujuan wisata

yang akan dikunjungi dengan membandingkan seberapa besar daya tariknya dengan daerah tujuan wisata lain. Perbandingan ini menjadikan objek wisata yang lebih indah dari objek wisata lain akan sering dikunjungi oleh wisatawan.

Selain variabel biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, dan keindahan alam, umur juga menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi frekuensi kunjungan. Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi (Budi dan Santosa, 2013), sehingga umur dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan.

Penaksiran nilai ekonomi suatu objek wisata diperlukan untuk mengetahui apakah selama ini kegiatan wisata yang dilakukan di objek wisata tersebut memberikan manfaat terhadap individu yang mengunjungi lokasi wisata tersebut. Metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*) merupakan metode yang umumnya digunakan untuk mengukur nilai ekonomi suatu kawasan wisata. Metode ini menduga nilai ekonomi sebuah kawasan wisata berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat terhadap kenikmatan yang tidak ternilai (dalam rupiah) dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata, baik itu *opportunity cost* maupun biaya langsung yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, konsumsi, makanan, minuman, hotel (Raharjo, 2002). Dengan adanya penaksiran nilai ekonomi Curug Silawe, hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan pengambilan kebijakan dalam rangka pengembangan dan pengelolaan Curug Silawe di waktu yang akan datang.

Berdasarkan uraian latar belakang maka perlu adanya penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe. Selain itu belum diketahui nilai ekonomi yang dapat diperoleh dari pemanfaatan Curug Silawe sebagai objek wisata dan belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini disusun dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Silawe Kabupaten Magelang”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Tingginya jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara di Kabupaten Magelang menjadikan Kabupaten Magelang memiliki potensi untuk mendapatkan penerimaan retribusi yang tinggi dari sektor pariwisata. Namun di sisi lain terdapat beberapa objek wisata yang jumlah kunjungannya rendah dan cenderung mengalami penurunan. Lebih lanjut, salah satu objek wisata alternatif di Kabupaten Magelang yaitu Curug Silawe yang jumlah kunjungan wisatawannya mengalami penurunan selama 2015 - 2017.

## **1.3 Batasan Masalah**

Ruang lingkup penelitian ini hanya mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe dan nilai ekonomi yang dihasilkan Curug Silawe. Dimensi wilayah dalam penelitian ini adalah Kabupaten Magelang, yang merupakan salah satu kabupaten dengan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara di Provinsi Jawa Tengah. Adapun variabel - variabel yang digunakan adalah biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, keindahan alam, dan umur pengunjung.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Objek wisata alam Curug Silawe merupakan salah satu pilihan wisata alternatif selain wisata unggulan seperti Candi Borobudur dan Ketep Pass. Curug Silawe mempunyai keunikan tersendiri dengan panorama air terjun yang indah dan udara yang sejuk karena berada di kawasan pegunungan. Objek wisata ini meskipun kurang populer namun mampu mencakup semua kalangan wisatawan dan berpotensi untuk dikembangkan. Letak Curug Silawe yang berada di pelosok daerah dan jauh dari pusat kota menjadikan akses jalan menuju Curug Silawe tidak semudah seperti objek-objek wisata lain di Kabupaten Magelang. Selain akses, ketersediaan sarana dan prasarana transportasi umum di sekitar Curug Silawe juga menjadi kendala bagi wisatawan yang hendak berkunjung ke objek wisata ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, keindahan alam, dan umur terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe?
2. Berapa nilai ekonomi yang diperoleh objek wisata alam Curug Silawe?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, keindahan alam, dan umur terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Air Terjun Curug Silawe.
2. Mengestimasi nilai ekonomi objek wisata alam Curug Silawe.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Memberikan sumbangan yang positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi pariwisata.
- b. Menjadi bahan acuan bagi pembaca yang melakukan penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Masukan bagi Pemerintah Daerah dalam mengembangkan potensi pariwisata, khususnya Pemerintah Kabupaten Magelang.
- b. Bahan saran dan evaluasi bagi pihak terkait dalam pengambilan kebijakan pariwisata di waktu yang akan datang.

## **1.7 Orisinalitas Penelitian**

Penelitian ini merupakan penggabungan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun pilihan variabel-variabel yang disusun dalam penelitian ini berdasarkan penelitian terdahulu yang pernah ada dan dibentuk menjadi suatu model penelitian yang disesuaikan dengan kondisi di lokasi penelitian. Orisinalitas penelitian ini terletak pada lokasi dan waktu penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pariwisata**

Menurut Simanjuntak dkk. (2017) secara etimologis, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu “pari” berarti ‘banyak, berkali-kali, berputar-putar’, dan “wisata” berarti ‘perjalanan’ atau ‘bepergian’. Berdasarkan arti kata ini, pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud dan tujuan tertentu.

Lebih lanjut, menurut Pendit (2006) pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cenderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.

Jenis-jenis pariwisata menurut Spillane (1987) berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu:

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi kehendak ingintahunya, mengendorkan ketegangan syaraf, melihat sesuatu yang baru,

menikmati keindahan alam, mengetahui hikayat rakyat setempat, mendapatkan ketenangan.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan untuk pemanfaatan hari-hari libur untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, dan menyegarkan diri dari keletihan dan kelelahannya. Dapat dilakukan pada tempat yang menjamin tujuan-tujuan rekreasi yang menawarkan kenikmatan yang diperlukan seperti tepi pantai, pegunungan, pusat-pusat peristirahatan dan pusat-pusat kesehatan.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian dan keagamaan, festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

d. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Pariwisata ini dapat dibagi lagi menjadi dua kategori:

1) *Big sports events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian bagi penonton atau penggemarnya.

2) *Sporting tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.

e. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli teori, perjalanan pariwisata ini adalah bentuk *professional travel* atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada seseorang untuk memilih tujuan maupun waktu perjalanan.

f. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Pariwisata ini banyak diminati oleh negara-negara karena ketika diadakan suatu konvensi atau pertemuan maka akan banyak peserta yang hadir untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu di negara yang mengadakan konvensi.

Sedangkan Pendit (2006) membagi jenis-jenis pariwisata yang telah dikenal saat ini, antara lain:

- a. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka.
- b. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata olahraga, yaitu perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olah raga di suatu tempat atau negara.
- d. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.



- e. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian di mana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan wisata industri ini.
- f. Wisata politik, yaitu perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik.
- g. Wisata konvensi, yaitu wisata dengan menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.
- h. Wisata sosial, yaitu pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan.
- i. Wisata pertanian, yaitu pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan ladang pembibitan dan sebagainya.
- j. Wisata maritim atau bahari, yaitu wisata yang berhubungan dengan kegiatan olahraga air, lebih-lebih di danau, bendungan, pantai, teluk atau laut lepas.
- k. Wisata cagar alam, yaitu wisata yang diselenggarakan oleh agen atau biro pengatur perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

- l. Wisata buru, yaitu wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- m. Wisata pilgrim, yaitu wisata yang berkaitan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.
- n. Wisata bulan madu, yaitu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus.
- o. Wisata petualangan, yaitu wisata seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal, dan seterusnya.

### **2.1.2 Komponen Pariwisata**

Cooper (1995) mengemukakan bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata, antara lain:

- a. Atraksi (*Attraction*) merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan.
- b. Aksesibilitas (*accessibilities*) seperti adanya transportasi lokal yaitu terminal, stasiun dan sebagainya.
- c. Amenitas atau fasilitas (*amenities*) merupakan sarana prasana yang disediakan oleh pengelola pariwisata ataupun untuk wisatawan seperti tersedianya sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran, dan toko cenderamata.

d. *Ancillary* (pelayanan tambahan) yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata untuk promosi dan informasi seperti *destination marketing management organization, conventional and visitor bureau*.

Lebih lanjut, Buhalis (2000) mengemukakan komponen pariwisata terdiri dari 6A, yaitu:

- a. *Attractions* (daya tarik), mencakup alam, buatan manusia, warisan, acara khusus.
- b. *Accessibility* (aksesibilitas), mencakup seluruh sistem transportasi yang terdiri dari rute, terminal, dan kendaraan.
- c. *Amenities* (fasilitas), yaitu akomodasi dan fasilitas katering, ritel, layanan wisata lainnya.
- d. *Available packages* (paket yang tersedia), yaitu paket yang diatur sebelumnya oleh perantara dan pelaku utama.
- e. *Activities* (aktivitas), yaitu semua aktivitas tersedia di tempat tujuan dan apa yang akan dilakukan konsumen selama berkunjung.
- f. *Ancillary services* (layanan tambahan), yaitu layanan yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, agen koran, rumah sakit, dan sebagainya.

### **2.1.3 Daya Tarik Wisata**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam,

budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Yoeti (2008), secara garis besar ada empat kelompok yang merupakan daya tarik bagi wisatawan datang pada suatu DTW, yaitu:

1. *Natural Attractions*: Yang termasuk dalam kelompok ini adalah: pemandangan (*landscape*), pemandangan laut (*seascape*), pantai (*beaches*), danau (*lakes*), air terjun (*waterfall*), kebun raya (*National Parks*), agrowisata (*agrotourism*), gunung berapi (*volcanos*), dan flora dan fauna.
2. *Build Attractions*: Termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah bangunan (*buildings*), dengan arsitek yang menarik, seperti rumah adat dan yang termasuk bangunan kuno dan modern seperti *Forbidden City* (China), *Big Ben* (London), Jam Gadang (Bukittinggi), Museum, maupun TMII.
3. *Cultural Attractions*: Dalam kelompok ini termasuk diantaranya: peninggalan sejarah (*historical building*), cerita-cerita rakyat (*folklore*), kesenian tradisional (*traditional dances*), museum, upacara keagamaan, festival kesenian, dan sebagainya.
4. *Social Attractions*: Tata cara hidup suatu masyarakat (*the way of life*), ragam bahasa (*language*), upacara perkawinan, potong gigi, khitanan, dan kegiatan sosial lainnya.

#### **2.1.4 Wisatawan**

Menurut Cohen (1972) wisatawan diklasifikasikan atas dasar dari daerah yang akan di kunjungi, serta tingkat pengorganisasiannya dari perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen membedakan wisatawan atas empat, yakni:

1. *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, dan bepergian dalam jumlah kecil.
2. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum. Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
3. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
4. *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas yang seperti yang dapat ditemuinya di tempat tinggalnya, dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

Dalam Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, disebutkan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Dari asalnya, wisatawan dibagi menjadi dua, (Yoeti, 1991) yaitu wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman). Wisatawan nusantara adalah orang yang berdiam dan bertempat tinggal pada suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di negara di mana dia tinggal, sedangkan wisatawan mancanegara adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara di mana dia tinggal.

### 2.1.5 Permintaan

Menurut Gilarso (2007), permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Lebih lanjut, menurut McEachern (2006) permintaan pasar untuk sumber daya tertentu adalah jumlah permintaan untuk sumber daya tersebut dalam semua penggunaannya yang berbeda.

Menurut McEachern (2006) faktor - faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga antara lain:

a. Pendapatan

Barang dikelompokkan ke dalam dua kategori besar, tergantung pada bagaimana permintaan merespons terhadap perubahan pendapatan. Permintaan untuk barang normal meningkat ketika pendapatan uang meningkat. Sebaliknya, permintaan akan barang inferior berkurang ketika pendapatan meningkat, sehingga kurva permintaan bergeser ke kiri. Ketika pendapatan meningkat, konsumen cenderung beralih dari mengonsumsi barang-barang yang lebih inferior ke barang-barang normal.

b. Harga barang yang terkait

Kedua barang dianggap pengganti jika kenaikan harga satu barang menggeser permintaan untuk yang lain ke kanan dan sebaliknya, jika penurunan harga satu barang menggeser permintaan untuk yang lain ke kiri.

c. Ekspektasi konsumen

Faktor lain yang dianggap konstan adalah ekspektasi konsumen tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, seperti pendapatan atau harga. Perubahan dalam ekspektasi pendapatan konsumen dapat menggeser kurva permintaan.

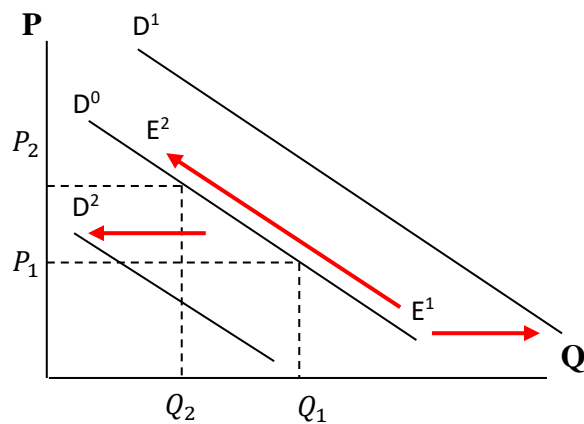
d. Jumlah konsumen di pasar

Kurva permintaan pasar adalah jumlah dari kurva permintaan individu dari semua konsumen di pasar. Jika jumlah konsumen berubah, kurva permintaan akan bergeser. Sebagai contoh, jika populasi tumbuh, kurva permintaan untuk suatu barang akan bergeser ke kanan.

e. Selera

Selera diasumsikan tetap konstan di sepanjang kurva permintaan. Perubahan selera untuk barang tertentu menggeser kurva permintaan. Tetapi karena perubahan selera sangat sulit dipisahkan dari perubahan ekonomi lainnya, kita harus enggan mengaitkan pergeseran kurva permintaan dengan perubahan selera.

Kurva permintaan merupakan kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli (Sukirno, 2005). Adapun kurva permintaan dapat dilihat pada gambar 2.1:



Gambar 2.1 Kurva Permintaan  
Sumber: Sukirno, 2005

Gambar 2.1 menunjukkan pergerakan kurva yang diakibatkan dari perubahan harga berada pada titik  $E^1$  menuju titik  $E^2$  atau berada di sepanjang kurva permintaan. Sedangkan pergeseran kurva yang ditimbulkan oleh faktor bukan harga berada pada titik  $D^0$  menuju titik  $D^1$  ataupun  $D^2$ .

### 2.1.6 Permintaan pariwisata

Permintaan dalam kepariwisataan dibagi menjadi dua, yaitu (Yoeti, 2008):

1. *Potential Demand*, yaitu sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata.
1. *Actual Demand*, yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu.

Lebih lanjut, Oka A. Yoeti (2008) juga membagi beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata, antara lain:

#### 1. *General Demand Factors*

Secara umum permintaan terhadap barang dan jasa industri pariwisata tergantung pada hal-hal sebagai berikut:



- a. *Purchasing Power*, kekuatan untuk membeli banyak ditentukan oleh *disposable income* yang erat kaitannya dengan tingkat hidup dan intensitas perjalanan yang dilakukan. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan.
- b. *Demographic structure and trends*, permintaan pariwisata dipengaruhi besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk. Apabila penduduk banyak tetapi pendapatan per kapitanya kecil maka kecil juga kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor lain adalah struktur usia penduduk, di mana penduduk yang masih muda dengan pendapatan rata-rata relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya dibanding dengan penduduk yang berusia pensiun.
- c. *Social and cultural factors*, industrialisasi tidak hanya menghasilkan struktur pendapatan masyarakat yang relatif tinggi, akan tetapi juga meningkatkan pemerataan pendapatan dalam masyarakat sehingga memungkinkan memiliki kesempatan melakukan perjalanan wisata.
- d. *Travel motivation and attitudes*, motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungannya dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya. Masih eratnya hubungan kekeluargaan masyarakat dan sering melakukan saling berkunjung membuat permintaan untuk wisata meningkat.
- e. *Opportunities to travel and tourism marketing intensity*, adanya *meeting, incentive, convention and exhibition* (MICE) memberi kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata tidak hanya karena biaya perjalanan ditanggung perusahaan, akan tetapi juga memberi kesempatan kepada keluarga ikut

melakukan perjalanan wisata. Contohnya saat suami mendapat tugas ke suatu daerah, anak dan istrinya turut mendampinginya.

## 2. *Factors Determining Specific Demands*

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi adalah:

### a. Harga

Dalam kepariwisataan sudah biasa dilakukan *price differentiation* secara umum sebagai suatu strategi dalam pemasaran, harga sangat menentukan di mana pada harga yang berbeda akan tetapi fasilitasnya tidak jauh berbeda, maka calon wisatawan cenderung memilih harga yang lebih murah dibandingkan harga yang lebih mahal.

### b. Daya tarik wisata

Keputusan untuk memilih daerah tujuan wisata lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Di mana dilihat dari seberapa besar daya tarik daerah tujuan wisata tersebut dibandingkan daerah wisata lain.

### c. Kemudahan berkunjung

Mudahnya akses ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan, di mana wisatawan menginginkan tersedianya transportasi yang lancar dan dengan harga yang bervariasi. Karena biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan. Tersedianya prasarana yang memadai juga akan menjadi pilihan seperti listrik dan air bersih.

d. Informasi dan layanan sebelum kunjungan

Wisatawan biasanya memerlukan layanan informasi wisata sebelum berkunjung ke daerah wisata. Informasi yang jelas sangat dibutuhkan seperti tempat-tempat mana yang akan dikunjungi, cara pemesanan tiket, transportasi apa saja yang digunakan dan sebagainya.

e. Citra

Suatu objek wisata harus mempunyai citra yang baik dimata wisatawan karena tiap wisatawan mempunyai kesan dan impian tersendiri terhadap daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Citra yang baik akan mempengaruhi permintaan wisata ke daerah tujuan wisata tersebut.

### **2.1.7 Nilai Ekonomi**

Menurut Fauzi (2006) nilai merupakan harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu pada suatu tempat dan waktu tertentu. Nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Secara formal, konsep ini disebut keinginan membayar (*Willingness to Pay*) seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan.

Menurut Suparmoko (2006) suatu kawasan memiliki nilai ekonomi yang meliputi nilai penggunaan dan nilai tanpa penggunaan yang diuraikan sebagai berikut:

a. Nilai Penggunaan

Nilai penggunaan terdiri dari nilai penggunaan langsung, nilai penggunaan tidak langsung, dan nilai penggunaan alternatif (nilai pilihan). Nilai penggunaan

langsung adalah nilai atau manfaat dari sumber daya alam dan ekosistem yang diperoleh secara langsung melalui konsumsi atau produksinya. Nilai penggunaan tidak langsung adalah nilai atau manfaat yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber daya kawasan yang memberikan jasa pada aktivitas ekonomi atau mendukung kehidupan manusia. Nilai pilihan adalah nilai harapan untuk masa yang akan datang terhadap sumber daya alam dan ekosistem.

b. Nilai Tanpa Penggunaan

Nilai tanpa penggunaan terdiri dari nilai warisan dan nilai keberadaan. Nilai warisan adalah nilai yang didasarkan pada suatu keinginan individu atau masyarakat untuk mewariskan kawasan kepada generasi yang akan datang. Sedangkan nilai keberadaan adalah nilai yang diberikan masyarakat maupun pengunjung terhadap kawasan atas manfaat spiritual, estetika, dan kultural.

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar (Samuelson dan Nordhaus, 1992). Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab timbulnya 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, 1992).

### **2.1.8 Metode Biaya Perjalanan**

Penilaian dengan metode biaya perjalanan merupakan penggunaan pasar pengganti untuk menganalisis permintaan terhadap daerah rekreasi. Metode ini

akan mengkaji jumlah uang yang dibayar dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi. Jumlah uang tersebut mencakup biaya transportasi, akomodasi, konsumsi, dokumentasi, tiket masuk, dan lain-lain. Biaya perjalanan direpresentasi sebagai nilai atau harga barang lingkungan tersebut. Namun selain biaya perjalanan, nilai suatu tempat wisata juga menggunakan variabel biaya perjalanan ke lokasi alternatif, pendapatan rumah tangga, satu set preferensi, dan variabel tingkah laku (Yakin, 2004).

Menurut Fauzi (2006) metode biaya perjalanan kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*) seperti memancing, berburu, *hiking*, dan lain sebagainya. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi.

Konsep dasar dari *travel cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod & Willis, 1999).

Terdapat dua pendekatan yang dipakai untuk memecahkan permasalahan melalui metode *travel cost*, antara lain (Garrod & Willis, 1999):

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zonal travel cost approach*), menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal.
2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*), menggunakan survei data dari para pengunjung secara individu.

Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut (Fauzi, 2006):

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i)$$

Keterangan:

$V_{ij}$  : Jumlah kunjungan oleh individu I ke tempat j

$C_{ij}$  : Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j

$T_{ij}$  : Biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j

$Q_{ij}$  : Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

$S_{ij}$  : Karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain

$F_{ij}$  : Faktor fasilitas – fasilitas daerah j

$M_i$  : Pendapatan dari individu I

## **2.2 Kajian Variabel Penelitian**

### **1. Jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe**

Permintaan pariwisata akan dipengaruhi oleh keadaan wisatawan dan keadaan objek wisata tersebut. Keadaan wisatawan meliputi pendapatan, umur, jarak ke objek wisata, dan hal lainnya. Kemudian keadaan objek wisata meliputi harga objek wisata tersebut dan objek wisata lain sebagai perbandingan, sarana dan prasarana lain yang mendukung peningkatan permintaan pariwisata, kebersihan, dan hal lainnya (Yuwana, 2010). Pada penelitian ini diduga terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe

yaitu biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, keindahan alam, dan umur.

## **2. Biaya perjalanan ke objek wisata alam Curug Silawe**

Menurut Yoeti (2008) ketika melakukan perjalanan wisata wisatawan akan menggunakan pendapatan bebas (*disposable income*) untuk keperluan wisata seperti akomodasi hotel, makanan dan minuman, transportasi dan lain-lain (laundry, surat kabar). Variabel biaya perjalanan ke objek wisata alam Curug Silawe mengukur biaya perjalanan yang dikeluarkan tiap individu wisatawan. Biaya perjalanan ini mencakup semua biaya yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, konsumsi, tiket/karcis masuk, dokumentasi, cenderamata, dan biaya-biaya lain yang terkait.

## **3. Pendapatan**

Pendapatan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan. Perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk (Sukirno, 1994). Para ekonom berpendapat bahwa permintaan pariwisata dipengaruhi terutama oleh pendapatan, harga dan informasi tentang sejauh mana perubahan permintaan dari setiap variabel tersebut juga penting bagi penyedia dan pembuat kebijakan pariwisata. Pada kasus pendapatan yang naik dengan harga relatif konstan, efeknya pada jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Dengan demikian, kenaikan pendapatan akan mengakibatkan kenaikan terhadap permintaan pada kebanyakan barang dan jasa lainnya; contohnya adalah barang normal karena permintaan akan barang tersebut secara positif berhubungan dengan pendapatan. Selain itu, pendapatan yang naik

memungkinkan juga menurunkan permintaan seperti pada produk pariwisata ini adalah barang inferior (Sinclair & Stabler, 1997).

#### **4. Jarak**

Menurut Goeldner dan Ritchie (2009) jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah. Sebaliknya, jika waktu perjalanan atau biaya perjalanan dapat dikurangi, maka permintaan akan meningkat. Sama halnya dengan yang dikemukakan oleh Suparmoko (2000) bahwa semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut.

#### **5. Akses**

Mudahnya akses ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan, di mana wisatawan menginginkan tersedianya transportasi yang lancar dan dengan harga yang bervariasi. Karena biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan. Tersedianya prasarana yang memadai juga akan menjadi pilihan seperti listrik dan air bersih (Yoeti, 2008).

#### **6. Fasilitas**

Salah satu unsur industri yang sangat penting adalah fasilitas. Betapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika sulit untuk dicapai dan fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk ke sana akan pudar. Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas terletak dengan



pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *support industries* seperti toko souvenir, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi (Spillane, 1987).

## **7. Keindahan Alam**

Keputusan untuk memilih daerah tujuan wisata lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Di mana dilihat dari seberapa besar daya tarik daerah tujuan wisata tersebut dibandingkan daerah wisata lain (Yoeti, 2008).

## **8. Umur**

Permintaan pariwisata dipengaruhi besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk. Apabila penduduk banyak tetapi pendapatan per kapitanya kecil maka kecil juga kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor lain adalah struktur usia penduduk, di mana penduduk yang masih muda dengan pendapatan rata-rata relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya dibanding dengan penduduk yang berusia pensiun (Yoeti, 2008). Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi, termasuk keputusan untuk mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan (Budi & Santosa, 2013).

### **2.3 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi. Penelitian yang menjadi

bahan rujukan dalam menyusun skripsi ini adalah penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan dan valuasi ekonomi. Penelitian terdahulu disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama, Judul, Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
Muhammad Izzudin Furqony dan Fafurida, <i>Valuation and Development Strategy of Basecamp in Ungaran Mountain Through Individual Travel Cost Approach</i> , (2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi permintaan kunjungan wisatawan di Basecamp Mawar</li> <li>2. Menghitung nilai ekonomi Basecamp Mawar melalui pendekatan biaya perjalanan dan menentukan strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangannya.</li> </ol>	Metode analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif dengan analisis regresi linier, valuasi ekonomi dengan metode biaya perjalanan, dan analisis SWOT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel aksesibilitas, motivasi perjalanan, dan biaya perjalanan mempunyai dampak signifikan terhadap permintaan kunjungan wisatawan, sedangkan variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan</li> <li>2. Hasil analisis valuasi ekonomi berdasarkan biaya perjalanan wisatawan adalah Rp 8.212.546.988,73 per tahun</li> <li>3. Strategi yang dapat diterapkan berdasarkan analisis SWOT adalah memperbaiki fasilitas dan pelayanan, menjaga kelestarian alam, promosi dan kerjasama dengan pihak swasta dan pemerintah.</li> </ol>
Arifita Budi M dan Purbayu Budi Santosa,	Mengidentifikasi apakah variabel biaya perjalanan ke Masjid	Metode analisis kuantitatif	1. Jumlah permintaan pariwisata yang diukur melalui

<p>Analisis Permintaan Objek Wisata Masjid Agung Semarang, (2013)</p>	<p>Agung Semarang, perjalanan ke objek wisata lain (Demak), pendapatan individu, jarak, umur, amenitas dan keindahan mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Masjid Agung Semarang.</p>	<p>dengan analisis Regresi linier</p>	<p>jumlah kunjungan ke objek wisata Masjid Agung Semarang dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak, dan pengalaman.  2. Biaya perjalanan ke objek wisata lain yang diwakili oleh objek wisata Masjid Agung Demak tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan wisata ke Masjid Agung Semarang karena perbedaan antara kedua objek wisata.  3. Semua variabel bebas (biaya perjalanan ke objek wisata Masjid Agung Semarang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Masjid Agung Demak), pendapatan individu, waktu, jarak, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh terhadap jumlah kunjungan individu.</p>
<p>Fredy Herminto, Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di</p>	<p>1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata Sungai Hijau.  2. Mengetahui nilai ekonomi lingkungan</p>	<p>Metode deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linier</p>	<p>1. Jumlah permintaan objek wisata Sungai Hijau dipengaruhi secara simultan oleh variabel biaya perjalanan, pendapatan, umur,</p>

Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan, (2015).	objek wisata Sungai Hijau dengan metode biaya perjalanan.	berganda dan nilai ekonomi	dan jarak. Secara parsial hanya variabel jarak yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Sungai Hijau. 2. Nilai ekonomi lingkungan objek wisata Sungai Hijau sebesar Rp 1.213.680.000,00 per tahun.
Vanna Fitriana, Zainal Abidin, Teguh Endaryanto, Estimasi Permintaan dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara, (2017)	1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan, nilai ekonomi dan faktor yang mempengaruhi daya tarik Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara.	Metode analisis deskriptif kuantitatif dengan regresi <i>poisson</i> , biaya perjalanan, dan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	1. Frekuensi kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk dipengaruhi oleh biaya perjalanan, umur, pendapatan, keadaan hutan mangrove, fasilitas, pelayanan, daya tarik dan hari kunjungan wisata. 2. Nilai ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk adalah Rp10.606.271.602 per tahun. 3. Daya tarik wisata Taman Wisata Alam Angke Kapuk dipengaruhi secara langsung oleh keindahan dan secara tidak langsung dipengaruhi oleh kesejukan dan kebersihan.

<p>Jefri A. Mateka, Erlinda Indrayani, dan Nuddin Harahap, Objek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur, (2013)</p>	<p>1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh variabel independen (biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak, dan pengalaman berkunjung sebelumnya) terhadap permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang</p> <p>2. Mengetahui nilai ekonomi Pantai Balekambang sebagai objek wisata</p>	<p>Metode analisis deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda dan biaya perjalanan</p>	<p>1. Variabel jumlah permintaan pengunjung terhadap objek wisata pantai Balekambang dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Sempu), variabel pendapatan, dan pengalaman berkunjung sebelumnya menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan pengunjung terhadap objek wisata pantai Balekambang. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Balekambang, variabel umur, variabel pendidikan terakhir, variabel waktu kerja, dan variabel jarak menunjukkan pengaruh negatif terhadap jumlah permintaan pengunjung pantai Balekambang.</p> <p>2. Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain yang dalam hal ini diwakili oleh sempu signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata pantai Balekambang</p>
--	---	---	---

			<p>karena keidentikan antara kedua objek wisata yang masing-masing memiliki ciri-ciri dan daya tarik sendiri. variabel umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, dan jarak tidak signifikan terhadap jumlah permintaan pengunjung objek wisata pantai Balekambang dimungkinkan karena bervariasinya umur, pendidikan terakhir dan waktu kerja pengunjung.</p> <p>3. Nilai ekonomi wisata Pantai Balekambang dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp. 692.880.664.515 per tahun</p>
Listiana Widya Wanti, Yusman Syaukat, dan Bambang Juanda, Analisis Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung, (2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (frekuensi kunjungan)</li> <li>2. Mengetimasi nilai ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul</li> </ol>	Metode analisis deskriptif kuantitatif dengan regresi dan pendekatan biaya perjalanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan wisata secara positif dipengaruhi oleh pendapatan dan dan lama mengetahui lokasi objek wisata, dan dipengaruhi negatif oleh jarak yang ditempuh wisatawan</li> <li>2. Nilai Ekonomi Bukit Unggul sebesar Rp 1.109.054.900 per tahun.</li> </ol>
Andy Arsalan, Evi Gravitiani, dan Heru Irianto, Valuasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung surplus konsumen dan nilai ekonomi ekowisata Kalibiru dengan</li> </ol>	Metode analisis deskriptif kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Surplus konsumen yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebesar Rp</li> </ol>

Ekonomi Ekowisata Kalibiru dengan <i>Individual Travel Cost Method</i> , (2018)	metode biaya perjalanan (TCM)	dengan regresi dan pendekatan biaya perjalanan	1.562.500 per kunjungan 2. Nilai ekonomi ekowisata Kalibiru sebesar Rp 692.296.875.000.
Shadam Fat Dholym, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Umbul Ponggok, Desa Ponggok, Polanharjo, Klaten, (2018)	1. Mengetahui pengaruh pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan daya tarik terhadap jumlah kunjungan wisata Umbul Ponggok.	Metode analisis deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda	1. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata ke Umbul Ponggok adalah pendapatan, daya tarik, biaya perjalanan, dan lama perjalanan. Sedangkan variabel yang tidak signifikan adalah variabel fasilitas.
Abdul Hamid Muhamad Ali, Syamsul Herman Mohamad Afandi, Prisca Jemie Emmy, Ahmad Shuib, Sridar Ramachandran, dan Zaiton Samdin, <i>Assessment of Non Consumptive Wildlife Oriented Tourism in Sukau, Sabah Using Travel Cost Method</i> , (2018)	1. Mengestimasi nilai ekonomi aktivitas Wildlife River Cruising (WRC) Sungai Kinabatangan di Sukau, Sabah	Metode analisis deskriptif kuantitatif dengan metode biaya perjalanan individu dan regresi	1. Nilai ekonomi total diperkirakan sekitar RM 40.149,63 di tahun 2014 2. Surplus konsumen sebesar RM 3,19 per kunjungan per orang di tahun 2014 3. Variabel yang mempengaruhi kunjungan per tahun adalah biaya perjalanan dan tingkat kepuasan 4. Peningkatan biaya perjalanan akan mengurangi frekuensi kunjungan per tahun 5. Peningkatan kepuasan WRC akan meningkatkan frekuensi kunjungan per tahun

<p>M. Pirikiya, H. Amirnejad, J. Oladi, dan K. Ataie Solout, <i>Determining the recreational value of forest park by travel cost method and defining its effective factors</i>, (2016)</p>	<p>1. Mengestimasi nilai rekreasi Taman Hutan Shahid Zare Iran dan mendefinisikan faktor-faktor yang efektif.</p>	<p>Metode analisis deskriptif kuantitatif dengan metode biaya perjalanan individu dan regresi linier berganda</p>	<p>1. Surplus konsumen sebesar US\$ 12.53 per kunjungan  2. Nilai ekonomi per tahun sebesar US\$ 3.679.121  3. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap angka kunjungan wisatawan adalah biaya perjalanan, pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, jarak, dan tingkat pendidikan.</p>
--	---	---	---

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Izzudin Furqony dan Fafurida, persamaannya adalah mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi permintaan kunjungan wisatawan dengan analisis regresi linier dan menghitung nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost*). Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan dan adanya perumusan strategi pengembangan dengan SWOT, sementara itu dalam penelitian ini tidak merumuskan strategi pengembangan.

Pada penelitian Arifita Budi dan Purbayu Budi Santosa persamaannya adalah mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Masjid Agung Semarang dengan analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaannya penelitian Budi dan Santosa tidak ada penghitungan nilai ekonomi.

Pada penelitian Fredy Herminto persamaannya adalah mengetahui faktor yang mempengaruhi permintaan objek wisata dengan regresi linier berganda dan



menghitung nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan.

Pada penelitian Fitriana, Abidin, dan Endaryanto persamaannya adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan dan menghitung nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan. Perbedaannya adalah penelitian Fitriana dkk menggunakan analisis regresi poisson dan juga mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap daya tarik Taman Wisata Alam Angke Kapuk dengan analisis *Partial Least Square*.

Pada penelitian Mateka, Indayani, dan Harahap persamaannya adalah mengetahui dan menganalisis variabel-variabel yang berpengaruh terhadap permintaan berkunjung ke pantai Balekambang dengan regresi linier berganda dan mengetahui nilai ekonomi pantai Balekambang dengan metode biaya perjalanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan.

Pada penelitian Wanti, Syaikat, dan Juanda, persamaannya adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (frekuensi kunjungan) dan mengestimasi nilai ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul dengan metode biaya perjalanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada alat analisis yaitu regresi poisson dan variabel yang digunakan.

Pada penelitian Arsalan, Gravitiani, dan Irianto, persamaannya adalah menghitung surplus konsumen dan nilai ekonomi ekowisata Kalibiru dengan metode biaya perjalanan dengan regresi. Perbedaannya terletak pada variabel-variabel yang digunakan.

Pada penelitian Dholym persamaannya adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata Umbul Ponggok dengan analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel-variabel yang digunakan dan tidak menghitung nilai ekonomi objek wisata.

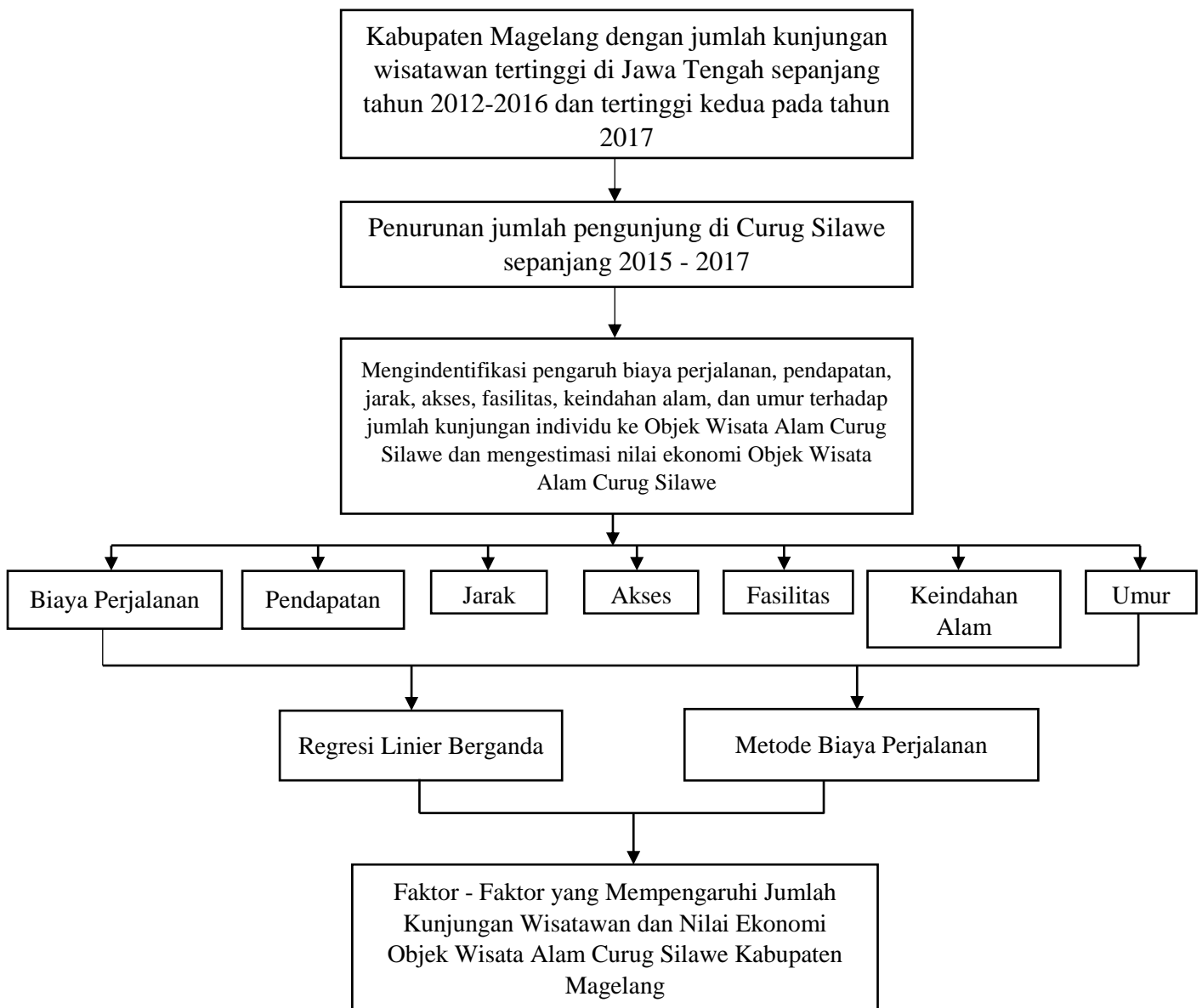
Pada penelitian Ali, Afandi, Emmy, Ramachandran, dan Samdin persamaannya adalah mengestimasi nilai ekonomi wisata WRC Sungai Kinabatangan Sabah dengan metode biaya perjalanan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata WRC dengan regresi berganda. Sedangkan perbedaannya terletak dalam variabel analisis regresi yang digunakan.

Pada penelitian Pirikiya, Amirnejad, Oladi, dan Solout persamaannya adalah menghitung nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Taman Hutan Shahid Zare Iran dengan regresi linier berganda. Sedangkan perbedaannya terletak dalam variabel analisis regresi yang digunakan.

#### **2.4 Kerangka Pemikiran**

Kabupaten Magelang memiliki jumlah kunjungan wisatawan tertinggi di Jawa Tengah sepanjang 2013-2016 dan tertinggi kedua pada tahun 2017, namun di sisi lain terdapat salah satu objek wisata alam yang jumlah kunjungannya rendah dan mengalami penurunan selama tahun 2015 - 2017, yaitu Curug Silawe. Selain jumlah kunjungan yang turun, selama ini belum diketahui berapa besar nilai ekonomi yang dihasilkan Curug Silawe sebagai objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu dan mengestimasi nilai ekonomi Objek Wisata Alam Curug

Silawe menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*), agar dapat diketahui nilai pemanfaatannya selama ini. Dari identifikasi tersebut dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke Curug Silawe dan berapa besar nilai ekonomi yang terkandung di dalamnya, untuk menjadi bahan pengembangan Curug Silawe di masa yang akan datang.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian**

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan tentang sifat populasi sedangkan uji hipotesis adalah suatu prosedur untuk pembuktian kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel (Basuki & Prawoto, 2016). Sugiyono (2010) mengemukakan hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian. Berdasarkan uraian dan perumusan masalah di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe.
2. Diduga pendapatan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe.
3. Diduga jarak berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe.
4. Diduga akses berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe.
5. Diduga fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe.
6. Diduga keindahan alam berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe.
7. Diduga umur berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe adalah pendapatan, jarak, dan umur.
2. Nilai ekonomi objek wisata alam Curug Silawe adalah Rp 1.109.930.140,48 per tahun. Angka ini didapatkan dari surplus konsumen per individu per satu kali kunjungan sebesar 154.328,44 yang mempunyai makna manfaat yang didapatkan wisatawan dari kegiatan wisata di Curug Silawe senilai Rp 154.328,44.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang diajukan bagi pengelola dan penelitian selanjutnya adalah:

1. Berdasarkan identifikasi pengaruh biaya perjalanan, pendapatan, jarak, akses, fasilitas, keindahan alam, dan umur terhadap jumlah kunjungan individu ke objek wisata alam Curug Silawe, saran yang diberikan adalah:
  - a. Jarak berhubungan negatif terhadap jumlah kunjungan individu. Untuk mempersingkat waktu tempuh wisatawan selama perjalanan, Pemerintah Kabupaten Magelang hendaknya memperbaiki kualitas jalan.
  - b. Perlu peningkatan promosi dan publikasi objek wisata alam Curug Silawe melalui media elektronik maupun cetak untuk menjangkau wisatawan di luar

Kabupaten Magelang agar wisatawan tertarik dan mau berkunjung ke Curug Silawe meskipun jarak yang ditempuh wisatawan jauh.

- c. Kualitas lingkungan di Curug Silawe perlu ditingkatkan dengan menjaga kebersihan dan keindahan alam sehingga wisatawan mendapatkan manfaat lebih meskipun jarak yang ditempuh jauh, memungkinkan wisatawan mau untuk berkunjung kembali.
  - d. Meskipun fasilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan individu namun berdasarkan pengamatan di lapangan kondisi fasilitas ada yang mengalami kerusakan dan berpotensi membahayakan pengunjung. Oleh karena itu perlu peningkatan fasilitas seperti perbaikan tangga, gazebo, dan penambahan fasilitas pendukung lainnya demi menjaga kenyamanan wisatawan.
2. Berdasarkan perbandingan nilai ekonomi dengan pendapatan dari tiket masuk dan retribusi parkir, sebaiknya pengelola objek wisata alam Curug Silawe dan Pemerintah Kabupaten Magelang mempertimbangkan penerapan kebijakan harga tiket masuk yang berbeda di hari libur dan hari kerja untuk mendukung pemeliharaan dan pelestarian Curug Silawe.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. H. M. et al., 2018. Assessment of Non Consumptive Wildlife Oriented Tourism in Sukau, Sabah Using Travel Cost Method. *International Journal of Business and Society*, Vol. 19(1), pp. 47-55.
- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsalan, A., Gravitiyani, E. & Irianto, H., 2018. Valuasi Ekonomi Ekowisata Kalibiru dengan Individual Travel Cost Method. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi*, pp. 110-118.
- Basuki, A. T. & Prawoto, N., 2016. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Budi, A. & Santosa, P. B., 2013. Analisis Permintaan Obyek Wisata Masjid Agung Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, Vol. 2(2), pp. 1-15.
- Buhalis, D., 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), pp. 97-116.
- Cohen, E., 1972. Toward A Sociology Of International Tourism. *Social Research*, 39(1), pp. 164-182.
- Cooper, C., 1995. *Tourism: Principles and Practice*. London: Longman Scientific.
- Cooper, C. et al., 2000. *Tourism Principles and Practices*. 2nd ed. England: Longman.
- Dholym, S. F., 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Umbul Pongok, Desa Pongok, Polanharjo, Klaten. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2017. *Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2016*. [Online] Available at: <http://disporapar.jatengprov.go.id/content/files/Statistik%20Pariwisata%20Jawa%20Tengah%202015.pdf> [Diakses 26 Maret 2018].
- Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang, 2017. *Data Perkembangan Pendapatan Objek Wisata Kabupaten Magelang*. Kabupaten Magelang: Dinas Paiwisata, Kepemudaan, dan Olahraga.

- Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang, 2017. *Data Perkembangan Pengunjung Obyek Wisata Kabupaten Magelang Tahun 2017*. Kabupaten Magelang: Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga.
- Fauzi, A., 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fitriana, V., Abidin, Z. & Endaryanto, T., 2017. Estimasi Permintaan dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. *JIIA*, Vol. 5(3), pp. 267-274.
- Furohmah, D. & Setyadharma, A., 2018. Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara pada Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan. *Economics Development Analysis Journal*, 7(4), pp. 412-420.
- Furqony, M. I. & Fafurida, 2017. Valuation and Development Strategy of Mawar Basecamp in Ungaran Mountain Through Individual Travel Cost Approach. *Economics Development Analysis Journal*, Vol. 6(4), pp. 428-435.
- Garrod, G. & Willis, K. G., 1999. *Economic Valuation of The Environment; Methods and Case Studies*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.
- Ghozali, I., 2009. *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17 Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilarso, T., 2007. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Edisi Revisi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B., 2009. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Gujarati, D. N. & Porter, D. C., 2010. *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hakim, M. A. & Fafurida, 2018. Studi Pariwisata Kabupaten Magelang, Kota Surakarta dan Kota Semarang Beserta Strategi Pengembangannya. *EFFICIENT Indonesian Journal of Development Economics*, 1(2), pp. 160-169.
- Herminto, F., 2015. Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, Vol. 2(1), pp. 1-15.



- Kementerian Pariwisata, 2017. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016*, Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Kementerian Pariwisata, 2018. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2017*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Mateka, J. A., Indrayani, E. & Harahap, N., 2013. Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur. *API Student Journal*, Vol. 1(1), pp. 12-22.
- McEachern, W. A., 2006. *Economics: A Contemporary Introduction*. 7th ed. Mason, Ohio: South-Western.
- Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 2012. *Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012 - 2027*. Semarang: Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Tengah.
- Pendit, N. S., 2006. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pirikiya, M., Amirnejad, H., Oladi, J. & Solout, K. A., 2016. Determining The Recreational Value of Forest Park by Travel Cost Method and Defining Its Effective Factors. *Journal of Forest and Scicence*, 62(9), pp. 399-406.
- Raharjo, A., 2002. Menaksir Nilai Ekonomi Taman Hutan Wisata Tawangmangu: Aplikasi Individual Travel Cost Method. *Manusia dan Lingkungan*, IX(2), pp. 79-88.
- Republik Indonesia, 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Salma, I. A. & Susilowati, I., 2004. Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 1(2), pp. 153-165.
- Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D., 1992. *Economics*. New York: McGraw-Hill.
- Sevilla, C. G., 2007. *Research Methods*. Quezon City: Rex Printing Company.
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F. & Nasution, R., 2017. *Sejarah Pariwisata: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sinclair, M. T. & Stabler, M., 1997. *The Economics of Tourism*. London: Routledge.

- Spillane, J. J., 1987. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S., 1994. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sukirno, S., 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suparmoko, M., 2006. *Panduan dan Analisis Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan: Konsep, Metode, Penghitungan, dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Suparmoko, M. & Suparmoko, M. R., 2000. *Ekonomika Lingkungan*. Yogyakarta: BPFE.
- Wanti, L. W., Syaikat, Y. & Juanda, B., 2014. Analisis Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi Pertanian, Sumberdaya dan Lingkungan*, Volume 2, pp. 44-55.
- Widarjono, A., 2007. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Kedua*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yakin, A., 2004. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan: Teori dan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Yoeti, O. A., 1991. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, O. A., 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Yuwana, D. M. S., 2010. Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Zulpikar, F. et al., 2017. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Kabupaten Pangandaran. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, I(1), pp. 53-63.