

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang mempunyai keanekaragaman hayati yang sangat melimpah. Keanekaragaman hayati tersebut meliputi flora, fauna, kebudayaan, maupun adat istiadat yang berbeda antara daerah satu dengan daerah lainnya. Adanya sumber daya yang dimiliki ini, sangat menguntungkan bagi Indonesia dan dapat menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai banyak sektor untuk mengembangkan dan mendukung dalam pembangunan nasional.

Menurut Dwi Hary Baskoro (2013), pembangunan dapat dijadikan sebagai sarana untuk menciptakan kesadaran identitas nasional dalam keberagaman. Pembangunan dapat dilakukan dengan mengembangkan dan meningkatkan pada sektor pariwisata yang ada di setiap daerah di Indonesia. Upaya untuk mengembangkan pembangunan dalam sektor pariwisata harus didukung oleh sumber daya yang memadai dan manajemen yang baik. Unsur-unsur sumber daya alam yang terkait dalam pengembangan pariwisata adalah suatu hal yang penting dalam pengembangan pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan sumber devisa negara dan sumber lapangan kerja bagi masyarakat dalam memperkenalkan alam dan nilai

budaya bangsa, sehingga sektor ini mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional maupun regional. Hal ini telah dijelaskan dalam Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, bahwa pariwisata dapat meningkatkan pendapatan nasional, memperluas lapangan pekerjaan, dan pemerataan pembangunan daerah.

Dalam kegiatan pariwisata, ada beberapa tinjauan yang dapat dirasakan manfaatnya. Dari segi ekonomi, sektor pariwisata dapat memberikan pendapatan daerah yang berasal dari pajak, retribusi, karcis, serta menambah devisa bagi negara karena adanya wisatawan dari luar negeri yang berkunjung. Masyarakat di sekitar tempat pariwisata juga dapat menghasilkan pendapatan yang dapat menunjang perekonomian mereka. Dari segi sosial, sektor pariwisata dapat memberikan kesempatan kerja bagi para tenaga kerja yang membutuhkan. Hal ini dapat mengurangi kasus pengangguran yang jumlahnya sangat banyak. Dari segi budaya, sektor pariwisata dapat memperkenalkan kebudayaan setempat serta adat istiadat dari daerah tersebut, sehingga dapat meningkatkan masyarakat untuk melestarikan dan menjunjung kebudayaan dalam negeri agar dapat menuju ke kancan internasional.

Jika sektor pariwisata dikelola dan dikembangkan dengan baik, maka dapat menjadikan sebuah aset yang sangat bagus. Apalagi jika ditambah dengan pemanfaatan daya guna yang maksimal, pengemasan dari tempat wisata yang berkualitas, dan tetap menjaga kelestarian dari tempat wisata tersebut. Wilayah Indonesia sangat cocok untuk pengembangan aset dalam

bidang pariwisata karena banyaknya kekayaan alam dan hasil yang dimiliki oleh Indonesia. Di sektor pertanian, perkebunan maupun dari hasil usaha kerajinan rakyat dapat dibantu oleh sektor pariwisata ini.

Provinsi Jawa Tengah merupakan sebuah provinsi yang mempunyai letak strategis dan mempunyai tempat wisata yang banyak menawarkan keindahan alam, dimana masih terjaga kealamian dan keasliannya. Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satu daerah tujuan destinasi wisata nasional maupun internasional karena banyak tempat wisata yang mempunyai kekhasan tersendiri. Contohnya seperti Candi Borobudur, Lawang Sewu, Keraton Solo, Air Terjun Kedung Kayang, Gardu Pandang Ketep, dan lain sebagainya. Setiap daerah di Jawa Tengah yang mempunyai potensi dan keunggulan yang berbeda-beda ini, dalam pengembangan pariwisatanya mengutamakan kekayaan alam dan kebudayaan dari setiap daerah.

Salah satu daerah di Jawa Tengah yang memberikan kontribusi pendapatan dalam sektor pariwisata adalah Kabupaten Magelang. Kabupaten Magelang terletak sangat strategis yaitu di jalur provinsi, Jawa Tengah-DIY. Pada saat hari libur nasional maupun hari Minggu, daerah ini sangat ramai dikunjungi oleh para wisatawan yang sengaja berwisata ke Magelang maupun yang melewati Magelang. Suasana di daerah Magelang masih sangat sejuk dan segar, sehingga banyak tempat wisata yang menawarkan suasana seperti ini, diantaranya adalah Kopeng, Gardu Pandang Ketep, Air Terjun Kedung Kayang, Gardu Pandang Babadan, Telaga Bledar, dan lain sebagainya.

Tabel 1.1. Banyaknya Pengunjung Objek Wisata Di Kabupaten Magelang Tahun 2003-2012

Tahun	Jumlah Pengunjung	Pertumbuhan (%)
2003	2.260.565	-
2004	2.428.565	6,9
2005	2.318.893	-4,7
2006	1.782.258	-30,1
2007	2.301.199	22,5
2008	2.816.493	18,3
2009	3.104.434	9,3
2010	3.196.616	2,9
2011	2.649.677	-20,6
2012	1.125.948	-135,3

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa jumlah pengunjung objek wisata di Kabupaten Magelang tahun 2003-2012 mengalami pertumbuhan yang tidak stabil. Pertumbuhan jumlah pengunjung mengalami penurunan pada tahun 2005, 2006, 2011, dan 2012 tetapi pada tahun 2007 mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 22,5%.

Tabel 1.2. Perbandingan Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Magelang Tahun 2013

Tempat Wisata	Jumlah Pengunjung
Candi Mendut	22.879
Candi Pawon	17.493
Telaga Bledar	5.739
Air Terjun Kedung Kayang	9.732
Gardu Pandang Ketep	345.808

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang

Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa objek wisata Gardu Pandang Ketep merupakan salah satu tempat wisata yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan dibandingkan dengan tempat wisata lainnya di Kabupaten Magelang. Dilihat dari banyaknya pengunjung ini tentunya menjadikan penulis menjadi tertarik untuk meneliti tentang objek wisata ini lebih lanjut.

Objek wisata Gardu Pandang Ketep terletak di puncak Bukit Sawangan (pertengahan antara Gunung Merapi dan Gunung Merbabu). Objek wisata ini berada pada ketinggian 1200 meter dpl dan luas areanya kurang lebih 8000 m². Objek wisata Gardu Pandang Ketep merupakan tempat wisata yang menawarkan keindahan berupa wisata kegunungapian yang jarang ditemukan di wilayah Jawa Tengah, khususnya di wilayah Kabupaten Magelang. Wisatawan akan menikmati keindahan alam Gunung Merapi dan Gunung Merbabu serta lahan pertanian yang terdapat di sekitarnya.

Keberadaan objek wisata Gardu Pandang Ketep yang terletak di lereng Gunung Merapi ini membuat tempat wisata ini rawan terhadap adanya Erupsi Merapi. Pada tahun 2010 lalu, telah terbukti bahwa erupsi Merapi ini membawa dampak terhadap objek wisata Gardu Pandang Ketep. Abu vulkanik yang dikeluarkan Merapi telah menutup objek wisata ini. Pepohonan dan bangunannya pun sebagian mengalami kerusakan. Pada saat terjadi erupsi, Gardu Pandang Ketep yang terletak kurang lebih 8 km ditutup untuk sementara. Keadaan ini membuat jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup drastis.

Sebagai objek wisata yang tidak hanya menawarkan keindahan alam, suasana yang sejuk, dan tempat rekreasi yang nyaman, Gardu Pandang Ketep juga juga berfungsi sebagai tempat edukasi dan penelitian tentang kegunungapian. Objek wisata ini seharusnya mendapat perhatian khusus oleh pemerintah setempat agar pengembangan yang dilakukan dapat menjadikan

objek wisata ini lebih berkualitas sehingga wisatawan dan masyarakat sekitar juga merasakan manfaatnya.

Nilai (*value*) merupakan persepsi dari seseorang. Nilai merupakan harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu objek pada suatu tempat dan waktu tertentu. Dengan mengetahui berapa pengeluaran dari seseorang yang berkunjung ke tempat wisata dapat dikaji berapa nilai yang diberikan pada sumber daya alam dan lingkungan. Menurut Djijono (2002), ukuran harga ditentukan oleh waktu, barang, atau uang yang akan dikorbankan seseorang untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang diinginkannya sedangkan persepsi adalah pandangan individu atau kelompok terhadap suatu obyek sesuai dengan tingkat pengetahuan, pemahaman, harapan, dan norma.

Dalam hal memberi penilaian pada lingkungan (*valuasi*) ini, diperlukan dalam mengetahui atau menduga nilai barang dan jasa lingkungan. Davis dan Johnson (1987) memberikan definisi dari *valuasi* yakni kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan konsep dan metodologi untuk menduga nilai barang dan jasa.

Dalam melakukan penilaian terhadap lingkungan di kawasan objek wisata Gardu Pandang Ketep digunakan teknik *non-market valuation* karena objek wisata ini termasuk objek wisata yang tidak mempunyai nilai pasar. Teknik *non-market valuation* merupakan teknik yang didasarkan pada konsep *willingness to pay* (WTP) untuk mengukur manfaat dengan memberikan penilaian ekonomis terhadap barang-barang lingkungan yang juga memiliki

sifat-sifat khas barang-barang publik (Turner dkk, 1994). Teknik *non-market valuation* ini menggunakan metode TCM (*Travel Cost Method*) sehingga nantinya akan bisa diketahui nilai guna langsung dari wisatawan terhadap Obyek Wisata Gardu Pandang Ketep.

Menurut Hufschmidt dkk (1987) dalam Diana (2010), konsep pendekatan *Travel Cost Method* menilai manfaat yang diperoleh konsumen dalam memanfaatkan barang lingkungan walaupun tempat rekreasi tidak memungut biaya masuk atau tarif pemanfaatan. Para wisatawan datang dari berbagai daerah untuk pergi ke tempat rekreasi tentu menghabiskan sejumlah biaya tertentu untuk biaya perjalanan. Semakin jauh asal wisatawan, maka biaya perjalanan yang dikeluarkan semakin banyak sehingga permintaan terhadap tempat wisata akan berkurang. Besarnya permintaan ini yang digunakan untuk menghitung nilai ekonomi jasa lingkungan objek wisata Gardu Pandang Ketep.

Metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang atau biaya yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Yakin, 1997). Selain biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan ada pula faktor yang dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata yaitu lamanya waktu yang diperlukan untuk menempuh dari tempat tinggal menuju obyek wisata. Jika waktu untuk menempuh semakin banyak maka tingkat

kunjungan semakin rendah dan begitupun sebaliknya. Biaya waktu ini berhubungan dengan jarak antara tempat tinggal dengan obyek wisata. Semakin jauh tempat tinggal seseorang dari tempat rekreasi, maka tingkat kunjungan semakin rendah dan sebaliknya untuk wisatawan yang tempat tinggalnya berdekatan dengan tempat rekreasi tersebut, maka tingkat kunjungan terhadap tempat rekreasi tersebut akan semakin tinggi (Hufschmidt dkk, 1987).

Selain jarak, ada beberapa variabel sosioekonomi yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Variabel sosioekonomi tersebut diantaranya umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan (Mill dan Morrison, 1985). Umur secara tidak langsung dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata, karena umur berkaitan dengan waktu luang dan aktivitas serta kemampuan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Variabel jenis kelamin terjadi banyak persamaan dibandingkan perbedaan dalam penyediaan waktu luang, baik laki-laki maupun perempuan. Ada kecenderungan perempuan lebih banyak melakukan kegiatan budaya (*cultural activities*), sedangkan laki-laki lebih menyukai rekreasi di tempat terbuka (*outdoor recreation*) atau olah raga. Dengan demikian jenis kelamin seseorang akan turut menentukan jenis wisata apa yang akan dipilih.

Variabel pendapatan merupakan faktor penting untuk mempengaruhi wisatawan dalam rangka mengadakan perjalanan wisata. Pendapatan yang diterima seseorang akan digunakan untuk membiayai seluruh pengeluaran

selama melakukan kunjungan wisata, sehingga pendapatan akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Variabel tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pemahaman seseorang terhadap kebutuhan psikologis dan rasa ingin tahu tentang objek wisata serta motivasi untuk melakukan perjalanan wisata.

Faktor pendapat dari wisatawan juga penting dalam menentukan jumlah kunjungan wisatawan di suatu objek wisata. Pendapat atau persepsi wisatawan terhadap tempat wisata dipengaruhi oleh fasilitas yang disediakan oleh pengelola tempat wisata tersebut. Jika fasilitas yang disediakan kurang memuaskan maka wisatawan enggan berkunjung ke objek wisata tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika fasilitas yang disediakan cukup memuaskan wisatawan, maka mereka akan berpikir lagi untuk kembali ke objek wisata tersebut.

Nilai ekonomi dari sumberdaya mempunyai jenis yang bermacam macam. Ada nilai yang bisa dikuantifikasi melalui pendekatan harga pasar dan ada pula nilai yang tidak bisa dikuantifikasi dengan harga pasar. Objek wisata Gardu Pandang Ketep memiliki manfaat nilai ekonomi yang besar. Nilai ekonomi tersebut mengarah pada nilai yang tidak bisa dikuantifikasi dengan harga pasar. Krutilla (1967) dalam Santoso (2005) memperkenalkan konsep *Total Economic Value* (TEV) atau nilai ekonomi total bagi setiap individu atas sumberdaya alam dan lingkungan.

Nilai ekonomi total (*Total Economic Value*) merupakan akumulasi dari *use value* dan *non-use value*. Nilai penggunaan (*use value*) diukur

dengan pendekatan biaya perjalanan (*Travel Cost Method*). Dengan kata lain *use value* merupakan nilai yang dirasakan oleh masyarakat. Nilai tanpa penggunaan (*non use value*) diukur dengan metode valuasi kontingen (*Contingent Valuation Method*), dengan menggali data dari responden secara individu menanyakan kesediaan untuk membayar (*Willingness to Pay*). Nilai ekonomi total (TEV) tergantung pada banyaknya identifikasi fungsi tempat wisata tersebut, sehingga jenis nilai ekonomi tempat wisata yang merupakan komponennya akan semakin besar.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang nilai ekonomi wisatawan yang berkunjung di obyek wisata Gardu Pandang Ketep dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Penelitian ini mengambil judul **“Valuasi Ekonomi Ekowisata Obyek Wisata Gardu Pandang Ketep, Kabupaten Magelang : Pendekatan Metode Biaya Perjalanan dan Nilai Ekonomi Total”**.

1.2. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, permasalahan yang akan diteliti dibatasi hanya dilakukan di sekitar Kabupaten Magelang, tepatnya pada objek wisata Gardu Pandang Ketep.

1.3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, untuk memberikan batasan dan pedoman arah penelitian maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep?
2. Berapa nilai ekonomi total pada objek wisata Gardu Pandang Ketep?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
2. Mengetahui apakah waktu yang diperlukan ke objek wisata mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
3. Mengetahui apakah pendapatan individu mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
4. Mengetahui apakah jarak mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
5. Mengetahui apakah umur mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
6. Mengetahui apakah tingkat pendidikan mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
7. Mengetahui apakah jenis kelamin mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
8. Mengetahui apakah persepsi responden mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Gardu Pandang Ketep.
9. Mengetahui berapa nilai ekonomi total objek wisata Gardu Pandang Ketep.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian dapat digunakan oleh Pemerintah atau instansi yang mengelola tempat wisata Gardu Pandang Ketep sebagai bahan acuan untuk menentukan kebijakan pengelolaan tempat wisata.
 - b. Hasil empiris dapat digunakan untuk merencanakan prospek masa depan dalam pengelolaan tempat wisata Gardu Pandang Ketep.
2. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan penelitian yang berhubungan dengan ekonomi pariwisata.
 - b. Hasil penelitian dapat di gunakan untuk pihak-pihak yang membutuhkan untuk penelitian lanjutan di dalam bidang penelitian serupa sebagai bahan referensi.
 - c. Penggunaan metode *Travel Cost Method* dan *Total Economic Value* yang mungkin jarang digunakan di Indonesia diharapkan dapat diterapkan untuk penelitian lain yang sejenis untuk objek wisata lain di Indonesia.