

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu pilar andalan dalam menopang proses pembangunan nasional di Indonesia, karena pariwisata memberikan pemasukan yang relatif besar bagi pendapatan negara. Sektor pariwisata ini telah menjadi sektor baru dalam upaya mengeruk devisa. Sektor pariwisata juga merupakan industri "bebas resesi" mempunyai proses yang baik (Wulan, 2009). Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari Fajrul Falah Muhammad dan Al-Husaini (2013) dalam penelitiannya, dimana pariwisata dapat memberikan solusi pada saat ekonomi kurang bersahabat. Krisis yang melanda Eropa beberapa tahun lalu tidak menyebabkan pariwisata dunia lumpuh, pertumbuhan pariwisata di dunia tidak terpengaruh, termasuk di Indonesia yang mengalami pertumbuhan pariwisata sebesar 9 persen pada tahun 2012. Melihat dari kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan potensi masa depan yang menguntungkan bagi Indonesia.

Pencapaian kinerja pariwisata pada tahun 2014 diperoleh dari kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) sejumlah 9.435.411 atau tumbuh sekitar 7 hingga 8 persen. Sedangkan jumlah perjalanan wisatawan nusantara (Wisnus) sebanyak 251 juta perjalanan. Perolehan devisa pariwisata sebanyak US\$10,69 miliar. Kontribusi Pariwisata pada perekonomian

nasional (Produk Domestik Bruto = PDB) sebesar 4,01 persen dan sejumlah 10,3 juta orang Tenaga Kerja Pariwisata serta Peringkat Daya Saing Pariwisata (versi *World Economic Forum = WEF*) di posisi ke-70 di antara 140 negara tujuan wisata dunia yang dinilai tahun 2013.

Jika ditinjau dari sisi ekonomi, industri pariwisata merupakan mata rantai ekonomi yang panjang (*Multiplier Effect*), mulai dari biro perjalanan, jasa pengangkutan, perhotelan, restoran, kegiatan pemanduan, kerajinan rakyat, pemeliharaan objek wisata dan lain sebagainya. Selain itu, industri pariwisata juga akan membutuhkan hasil pertanian, peternakan, perikanan bahan dan alat bangunan, sejumlah tenaga kerja juga dapat diserap didalamnya sebagai pendukung keberhasilan mata rantai tersebut, lebih jauh lagi pengembangan dalam sektor pariwisata jelas memiliki cakupan keuntungan ekonomi yang luas. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Zaei dan Zaei yang menyimpulkan fakta yang diketahui bahwa pariwisata merupakan sektor yang dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Selain itu, pariwisata menghasilkan manfaat sosial untuk daerah (pengembangan usaha kecil dan menengah, penciptaan lapangan kerja baru, perbaikan infrastruktur dan lain-lain). Dari segi budaya, pariwisata dikatakan sebagai unsur pengayaan masyarakat berkat pertemuan budaya yang berbeda. Pariwisata juga dapat memberikan manfaat yang positif terhadap pemeliharaan lingkungan alam dengan melindungi, menciptakan atau memelihara taman nasional atau kawasan lindung lainnya (Mustabsyirah, 2015).

Menteri Pariwisata (2015) menjelaskan bahwa bidang pariwisata mempunyai hasil yang lebih baik dibandingkan dengan industri manufaktur, terutama dalam penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu disarankan bagi kepala daerah yang belum menjadikan pariwisata sebagai industri utama, agar segera beralih. Kekuatan pariwisata Indonesia terletak pada tiga unsur, yaitu *nature*, *culture*, dan *manmade*. Untuk alam (*Nature*) potensinya 60 persen, *culture* 35 persen (untuk wisata *heritage* dan religi), wisata kuliner, belanja dan wisata kota serta desa. Sedangkan untuk *manmade* sebesar 5 persen dikembangkan wisata MICE dan *even*, wisata olahraga dan wisata kawasan terpadu.

Wisata alam di Indonesia memiliki peluang dan potensi yang paling besar. Kulon Progo merupakan salah satu kabupaten dari 5 Kabupaten/ Kota di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Kulon Progo memiliki potensi wisata yang tinggi terutama pada wisata alamnya. Semboyan yang dimiliki Kabupaten Kulon Progo adalah Kota Menoreh. Deretan perbukitan karst yang tertutup vegetasi subur khas menoreh tidak hanya menyajikan hijau zamrud yang menghipnotis mata, namun juga menyimpan surga dalam bentuk lorong-lorong di perut bumi dan air terjun memukau yang alami. Potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Kulon Progo sangat berarti, sejalan dengan keberadaan Kabupaten Kulon Progo sebagai bagian dari Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan daerah tujuan wisata kedua di Indonesia setelah Provinsi Bali versi mancanegara. “*The Jewel of Java*” merupakan slogan pariwisata Kulon Progo yang berarti Permata di Pulau Jawa, keanekaragaman potensi

wisata di Kabupaten Kulon Progo sudah seharusnya dikelola dengan tepat dan bijaksana, sehingga dapat menjadi salah satu sektor penopang perekonomian daerah pada umumnya dan masyarakat pada khususnya.

Fokus pembangunan pariwisata Kabupaten Kulon Progo saat ini adalah pada wisata yang terdapat di Perbukitan Menoreh Kulon Progo. Hal ini dapat dilihat pada Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPARDA) Kulon Progo tahun 2015 bahwa pemerintah akan mengembangkan wisata perbukitan menoreh Kulon Progo terutama dengan terlebih dahulu memperbaiki infrastruktur jalan di Perbukitan menoreh yang masih sempit dengan programnya yang bernama “Bedah menoreh”. Berdasarkan artikel yang termuat dalam Antarnews.com yang ditulis oleh Sutarmi (2015), “Bedah Menoreh” merupakan pembangunan infrastruktur jalan yang akan dilakukan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, terutama Dinas Pekerjaan Umum Perumahan dan energi sumber daya mineral DIY. Pembangunan jalan raya ini akan menghubungkan akses dari Wates menuju Magelang Jawa Tengah. Jalan raya ini akan melewati sejumlah desa di Kecamatan Samigaluh yang meliputi Desa Kebonharjo, Banjarsari, Pagerharjo, dan Sidoharjo. Jalan ini memiliki status jalan provinsi, sehingga mampu dilewati oleh bus wisata dengan kapasitas penumpang yang besar. Dengan adanya jalan raya ini akan mendorong berkembangnya sejumlah potensi wisata unggulan yang dimiliki oleh Kulon Progo terutama potensi wisata yang terdapat di Kecamatan Samigaluh.

Kebun Teh Nginggo merupakan salah satu wisata alam unggulan di Kabupaten Kulon Progo. Kebun Teh Nginggo merupakan satu-satunya kebun teh yang terdapat di Kabupaten Kulon Progo, bukan hanya di Kulon Progo Kebun Teh Nginggo juga merupakan satu-satunya kebun teh di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kebun Teh Nginggo merupakan wisata alam yang menjadi daya tarik utama dari Desa Wisata Nginggo yang terletak di Desa Pagerharjo Kecamatan Samigaluh. Meskipun Kebun Teh Nginggo tergolong sebagai tempat wisata yang masih baru, akan tetapi jumlah kunjungan wisata Kebun Teh Nginggo hampir menyetarai jumlah kunjungan wisata alam terbaik di Kulon Progo yaitu Wisata Alam Kalibiru. Seperti yang tertulis dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Wisata Murah (2015) dimana kepopuleran Kebun Teh Nginggo yang masih tergolong baru hampir menyamai kepopuleran Wisata Alam Kalibiru yang merupakan wisata alam yang menjadi salah satu wisata terbaik di Kulon Progo saat ini. Jumlah pengunjung Kebun Teh Nginggo dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

TABEL 1.1

Daftar Jumlah Kunjungan Kebun Teh Nginggo Januari 2015 s/d September 2015

Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)
Januari	5.316
Februari	13.756
Maret	12.058
April	8.900
Mei	13.096
Juni	9.022
Juli	16.746
Agustus	16.726
September	20.732

Sumber: Pengelola Desa Wisata Nginggo 2015

Dari Tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa dari bulan ke bulan jumlah kunjungan wisata Kebun Teh Nglingsgo mengalami kenaikan dan juga penurunan. Akan tetapi dalam tiga bulan terakhir jumlah kunjungan Wisata Alam Kebun Teh Nglingsgo mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Kebun Teh Nglingsgo perlu untuk terus dikembangkan dan tetap dijaga kelestariannya, agar mampu menarik lebih banyak pengunjung dan mengembangkan perekonomian sekitar tempat wisata maupun perekonomian di Samigaluh.

Mengembangkan pariwisata di lingkungan alami dengan tetap menjaga kelestariannya adalah suatu keharusan. Keindahan alam ini perlu dijaga dan terus dilestarikan agar tetap berkelanjutan dan dapat terus memberi manfaat bagi masyarakat sekitar. Pentingnya menjaga kelestarian lingkungan alam, telah Allah firmankan dalam Al-Qur'an, Surat Al-A'raf ayat (56) yang artinya:

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah (Allah) memperbaikinya, dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”.

Selain itu, ada dalam Surat Ar-Ruum ayat (41) yang artinya:

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)”.

Dengan demikian jelaslah bahwa manusia dan alam merupakan satu kesatuan yang utuh dan saling ketergantungan, karena sekali ketergantungan tersebut terganggu maka keharmonisan dalam alam akan terganggu pula betapapun kecilnya.

Untuk mengembangkan suatu tempat wisata dengan pengelolaan sumber daya secara optimal ditunjukkan melalui kesesuaian tarif masuk dengan nilai manfaat yang sebenarnya dirasakan wisatawan termasuk biaya pemeliharaan tempat wisata. Selain itu, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengelolaan dan pengembangan potensi yang dimiliki suatu tempat wisata, maka penting untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nilai manfaat ekonomi dari suatu objek wisata, serta respon yang timbul jika terdapat perubahan tarif masuk dari tempat wisata tersebut.

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*), diperlukan dalam mengetahui atau menduga nilai barang dan jasa lingkungan. Davis dan Johnson memberikan definisi dari *valuasi* yakni kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan konsep dan metodologi untuk menduga nilai barang dan jasa (Rukmana, 2015).

Objek wisata Alam Kebun Teh Nglingga Desa Wisata Nglingga merupakan sumberdaya yang bersifat barang publik dimana konsumsi yang dilakukan seseorang terhadapnya, tidak akan mengurangi konsumsi orang lain terhadap barang tersebut. Selain itu, barang publik memberikan manfaat ekonomi yang *intangibile*, yaitu manfaat ekonomi yang tidak dapat dihitung secara riil karena belum memiliki nilai pasar seperti rasa nyaman, pemandangan yang indah, udara yang sejuk dan lain sejenisnya. Jika dilihat dari harga tiket masuk yang dibayar oleh pengunjung sebesar Rp3.000,00 per orang diduga tidak sebanding dengan biaya pengelolaan dan pengembangan Wisata Alam Kebun Teh Nglingga. Oleh sebab itu perlu dihitung nilai obyek Wisata Alam Kebun Teh Nglingga.

Nilai ekonomi suatu daerah obyek wisata dapat ditentukan dengan menggunakan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) dan kesediaan untuk membayar (*Willingness To Pay*). Metode biaya perjalanan ini digunakan untuk menduga nilai ekonomi kawasan wisata berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah obyek wisata. Dengan demikian, kesediaan membayar orang-orang untuk mengunjungi lokasi ini dapat diduga berdasarkan beragam biaya perjalanan.

Contingent Valuation Method (CVM) merupakan metodologi berdasarkan survei untuk mengestimasi besarnya penilaian masyarakat terhadap barang dan jasa serta kenyamanan. Secara hakiki, tujuan dari *Contingent Valuation Method* adalah untuk mengetahui kerelaan membayar (*Willingness To Pay = WTP*) dari masyarakat dan keinginan menerima (*Willingness To Accept = WTA*). Teknik ini

didasarkan pada asumsi tentang hak kepemilikan, karena itu apabila individu yang ditanya tidak memiliki hak atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam, maka pengukuran yang relevan adalah keinginan membayar yang maksimum untuk memperoleh barang dan jasa tersebut. Sebaliknya, jika individu yang ditanya berhak atas sumber daya alam tersebut, maka pengukuran yang relevan adalah keinginan menerima kompensasi paling minimal atas hilang atau rusaknya sumber daya alam yang dia miliki (Garrod dan Willis, 1999 dalam Kartika, 2015).

Menurut Aprilian (2009), dengan menggunakan metode *travel cost method*, variabel biaya perjalanan, pendapatan, umur, dan daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kunjungan di Taman Wisata Alam Situ Gunung. Sedangkan menurut Igunawati (2010), dengan menggunakan metode yang sama menyatakan bahwa jumlah permintaan ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban dipengaruhi oleh biaya perjalanan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan individu, waktu kerja dan umur tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan ke Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban. Penelitian yang dilakukan oleh Mujianto (2012), menunjukkan bahwa jumlah kunjungan individu wisatawan Teluk Penyu Kabupaten Cilacap dipengaruhi oleh biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, kualitas fasilitas-fasilitas dan pendapatan individu. Sedangkan umur, jenis kelamin dan pendidikan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan individu wisatawan Teluk Penyu Kabupaten Cilacap.

Faktor sosial dan budaya juga mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebutuhan untuk berekreasi ke tempat wisata. Apabila seseorang dengan pendidikan tinggi cenderung mempunyai *demand* yang lebih tinggi. Pendidikan yang lebih tinggi cenderung untuk meningkatkan kesadaran untuk bersantai sejenak dan menikmati *leisure time* yang dimilikinya, masyarakat yang berpendidikan lebih tinggi menganggap penting berwisata sehingga akan mengkonsumsi jasa pariwisata lebih banyak dibandingkan masyarakat yang pendidikan dan pengetahuannya lebih rendah (Faisal, 2005 dalam Huda, 2012).

Penelitian lain dilakukan oleh Kartika (2015), dengan menggunakan metode *contingent valuation method*, variabel penghasilan, biaya rekreasi, jumlah kunjungan dan usia berpengaruh terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Keraton Yogyakarta untuk pelestarian *heritage* di Kota Yogyakarta. Sedangkan variabel lama pendidikan dan jumlah tanggungan anak tidak berpengaruh terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Keraton Yogyakarta untuk pelestarian *heritage* di Kota Yogyakarta.

Dalam upaya pengembangan dan pemeliharaan kelestarian Wisata Alam Kebun Teh Nglinggo, perlu adanya kerjasama antara pemerintah, masyarakat dan lembaga terkait. Upaya pengembangan dan pemeliharaan kelestarian Wisata Alam Kebun Teh Nglinggo sangat penting untuk dilakukan. Oleh karena itu, tema yang diambil dalam penelitian ini adalah “Valuasi Ekonomi Wisata Alam Kebun Teh Nglinggo Kulon Progo: Sebuah Upaya Pengembangan dan Pelestarian Tempat Wisata”.

B. Batasan Masalah Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian hanya dilakukan di Wisata Alam Kebun Teh Nglingo dengan dua puncak bukit kecil yang berada di sekitar kebun teh, yakni Puncak Gunung Jaran, dan Puncak Gunung Kukusan, yang masih satu kawasan atau satu lokasi dengan Kebun Teh Nglingo.

Pengunjung yang dijadikan responden adalah pengunjung yang ditemui di Kebun Teh Nglingo serta bersedia untuk mengisi kuesioner pada hari peneliti melakukan penelitian.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, sebagai pedoman arah penelitian maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi jumlah kunjungan Individu ke Objek Wisata Kebun Teh Nglingo?
2. Apakah yang mempengaruhi *Willingness To Pay* wisatawan dalam upaya pengembangan dan pelestarian Objek Wisata Kebun Teh Nglingo?
3. Berapa *Willingness To Pay* pengunjung terhadap harga tiket masuk Objek Wisata Kebun Teh Nglingo dalam upaya pelestarian dan pengembangan wisata?
4. Berapa besar nilai ekonomi dan nilai ekonomi total dilihat dari surplus konsumen pengunjung dengan pendekatan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) dan dengan pendekatan metode valuasi kontingensi (*Contingent Valuation Method*)?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah biaya perjalanan ke Objek Wisata Kebun Teh Nglingga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata individu di Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.
2. Mengetahui apakah pendidikan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata individu di Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.
3. Mengetahui apakah pendapatan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata individu di Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.
4. Mengetahui apakah jarak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata individu di Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.
5. Mengetahui apakah usia berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata individu di Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.
6. Mengetahui apakah persepsi responden berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata individu di Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.
7. Mengetahui apakah biaya perjalanan ke Objek Wisata Kebun Teh Nglingga berpengaruh terhadap besarnya *Willingness To Pay* pengunjung dalam upaya pelestarian dan pengembangan Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.
8. Mengetahui apakah pendidikan berpengaruh terhadap besarnya *Willingness To Pay* pengunjung dalam upaya pelestarian dan pengembangan Objek Wisata Kebun Teh Nglingga.

9. Mengetahui apakah pendapatan berpengaruh terhadap besarnya *Willingness To Pay* pengunjung dalam upaya pelestarian dan pengembangan Objek Wisata Kebun Teh Nglinggo.
10. Mengetahui apakah jarak berpengaruh terhadap besarnya *Willingness To Pay* pengunjung dalam upaya pelestarian dan pengembangan Objek Wisata Kebun Teh Nglinggo.
11. Mengetahui apakah usia berpengaruh terhadap besarnya *Willingness To Pay* pengunjung dalam upaya pelestarian dan pengembangan Objek Wisata Kebun Teh Nglinggo.
12. Mengetahui apakah persepsi berpengaruh terhadap besarnya *Willingness To Pay* pengunjung dalam upaya pelestarian dan pengembangan Objek Wisata Kebun Teh Nglinggo.
13. Mengetahui *Willingness To Pay* pengunjung terhadap harga tiket masuk Objek Wisata Kebun Teh Nglinggo dalam upaya pelestarian dan pengembangan tempat wisata.
14. Mengukur besarnya nilai ekonomi dilihat dari surplus konsumen dan nilai ekonomi total Objek Wisata Kebun Teh Nglinggo dilihat dari biaya perjalanan (*Travel Cost*) dan dilihat dari metode valuasi kontingensi (*Contingent Valuation Method*).

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu, sebagai berikut:

1. Secara Praktis
 - a. Hasil penelitian ini sebagai tambahan atau pelengkap kepustakaan ilmiah yang ada pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan merupakan tambahan informasi bagi pihak-pihak yang memerlukannya.
 - b. Hasil penelitian dapat digunakan oleh pengelola tempat wisata Kebun Teh Nglinggo Desa Wisata Nglinggo sebagai bahan acuan untuk menentukan kebijakan pengelolaan tempat wisata.
2. Secara 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.