

# ANALISIS WILLINGNESS TO PAY (WTP) MASYARAKAT DIY TERHADAP OBYEK WISATA KEBUN RAYA DAN KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA

Amelia Nungki Kusuma Dewi

Program Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: [Amelianungki@gmail.com](mailto:Amelianungki@gmail.com)

**Intisari:** Penelitian ini bertujuan untuk mengukur nilai *willingness to pay* tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka dan faktor faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* tersebut. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan pendekatan *Contingen Valuation Method (CVM)*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuisioner kepada 114 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda yang diolah menggunakan SPSS 16.

Hasil analisis penelitian menunjukkan variabel usia tidak berpengaruh terhadap WTP, variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap WTP, variabel pendapatan berpengaruh terhadap WTP, dan variabel jarak berpengaruh terhadap WTP. Besaran nilai *willingness to pay* sebesar Rp 19.614,- dengan nilai total sebesar Rp 2.236.000,-

Kata Kunci : *willingness to pay*, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, jarak.

**Abstract:** *The study aims to measure the value of willingness to pay the entrance ticket of Botanical Garden And Zoo Gembira Loka as well as the factors that affected the willingness to pay. This study was analyzed using Contingen Valuation Method (CVM) approach. This*

*study used primary data by distributing questionnaire to 114 respondents. The sampling was conducted using purposive sampling. The analysis tool of this study was multiple linear regression which was counted using SPSS 16.*

*The result of the analysis showed that age variable did not effect on the WTP, level of education variable affected on the WTP, income variable affected on the WTP, and distance variable affected on the WTP. The amount of value of willingness to pay was 19.614 IDR with the total value 2.236.000 IDR.*

*Keyword: willingness to pay, age, level of education, income, distance*

## I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang kompleks karena pariwisata bersifat multidimensi, baik fisik, politik, sosial budaya, dan ekonomi. Kegiatan pariwisata sebagai kegiatan matarantai yang melibatkan berbagai sektor dan lembaga terkait. Tujuan seseorang melakukan suatu kegiatan wisata antara lain adalah (Rafans,2012 dalam Aviandri, 2014):

1. Untuk bersenang-senang atau rileks
2. Menikmati keindahan alam yang mungkin tidak ada di kotanya
3. Mencoba makanan khas yang tersedia di tempat wisata
4. Membeli cindramata yang khas dari daerah tersebut
5. Mendapat pengetahuan baru mengenai suatu tempat wisata yang berguna untuk pengalaman.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota tujuan wisata yang terkenal di Indonesia. Berbagai macam jenis objek wisata dikembangkan di kota ini seperti, wisata alam, wisata sejarah, wisata pendidikan, wisata budaya, wisata belanja dan wisata kuliner. Kota Yogyakarta menjadi daerah tujuan utama wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta pada tahun 2014 mencapai 5.251.352, lebih

tinggi jika dibandingkan dengan kabupaten/kota lainnya yang berada di DIY. Kota Yogyakarta dinilai memiliki banyak obyek wisata yang mampu memikat jumlah kunjungan wisatawan. Salah satu objek wisata yang menjadi andalan Kota Yogyakarta dan banyak diminati wisatawan adalah Kebun Raya dan Binatang Gembira Loka. Setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata tersebut mengalami peningkatan dan menjadi tujuan wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka artikel ini bertujuan untuk: 1) mengetahui karakteristik pengunjung obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka, 2) mengetahui besaran nilai *willingness to pay* tiket masuk KRKB Gembira Loka 3) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan pengunjung membayar tiket masuk KRKB Gembira Loka.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan, menikmati olahraga/istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dll. Pariwisata terkait dengan kegiatan wisata yang meliputi perjalanan ke tempat tujuan atau komunitas yang terkenal dalam periode jangka waktu yang singkat, dalam rangka untuk mewujudkan kepuasan kebutuhan konsumen untuk satu atau kombinasi kegiatan (Gilbert, 1990 dalam Fadilah, 2011).

Jenis-jenis pariwisata :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)
2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*)

4. Pariwisata untuk olahraga (*sports tourism*)
5. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*)
6. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)

#### Pengertian Wisatawan

Wisatawan adalah seseorang atau kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata dan lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau di negara yang dikunjunginya (Gamal Suwanto, 1997). Seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan bila memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Melakukan perjalanan lebih dari 24 jam
2. Perjalanan hanya dapat dilakukan sementara waktu
3. Orang yang melakukan perjalanan tidak untuk mencari nafkah di tempat atau di negara yang dikunjunginya

#### Pengertian *Contingen Valuation Method*

*Contingent Valuation Method* (CVM) adalah metode teknik survey untuk menanyakan kepada masyarakat tentang nilai atau harga yang mereka berikan terhadap komoditi yang tidak memiliki pasar seperti barang lingkungan (Yakin, 1997 dalam Majid 2008).

Kelebihan *Contingen Valuation Method* (Merryyna, 2009):

1. Dapat diaplikasikan pada semua kondisi dan memiliki dua hal penting yaitu : seringkali menjadi satu-satunya teknik untuk mengestimasi manfaat, dan dapat diaplikasikan pada berbagai kondisi lingkungan.
2. Dapat digunakan dalam berbagai macam penilaian barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat

3. Memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai non pengguna.
4. Hasil penelitian dengan menggunakan metode CVM tidak sulit untuk dijabarkan.

Kelemahan *Contingen Valuation Method* (Hanley dan Spash, 1993 dalam Merryyna, 2009):

1. Bias Strategi

Adanya responden yang memberikan suatu nilai WTP yang relatif kecil karena alasan bahwa adanya responden lain yang akan membayar upaya peningkatan kualitas lingkungan dengan harga yang lebih tinggi kemungkinan dapat terjadi.

2. Bias Rancangan

Rancangan studi CVM mencakup cara informasi yang disajikan, instruksi yang diberikan, format pertanyaan, dan jumlah serta tipe informasi yang disajikan kepada responden.

3. Bias yang berhubungan dengan kondisi kejiwaan responden

Bias ini terkait dengan langkah proses pembuatan keputusan seorang individu dalam memutuskan seberapa besar pendapatan, kekayaan dan waktunya yang dapat dihabiskan untuk benda lingkungan tertentu dalam periode waktu tertentu.

4. Kesalahan pasar hipotetik

Kesalahan pasar hipotetik terjadi jika fakta yang ditanyakan kepada responden didalam pasar hipotetik membuat tanggapan responden berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga nilai WTP yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai yang sesungguhnya. Hal ini dikarenakan studi CVM tidak berhadapan dengan perdagangan aktual, melainkan suatu perdagangan atau pasar yang murni hipotetik yang didapatkan dari pertemuan antara kondisi psikologi dan sosiologi perilaku.

## *Willingness To Pay*

WTP merupakan harga tertinggi yang rela dibayar masing-masing pembeli (individu) untuk mendapatkan manfaat suatu barang atau jasa, dan menjadi ukuran seberapa besar calon pembeli menghargai barang atau jasa tersebut (Mankiw, 2010:136 dalam Wicaksono, 2015). Kesiediaan untuk membayar (*willingness to pay*) memiliki pengertian lain yakni kesiediaan masyarakat untuk menerima beban pembayaran sesuai dengan besarnya jumlah yang ditetapkan. Dalam *willingness to pay* dihitung seberapa jauh kemampuan setiap individu atau masyarakat secara agregat untuk membayar atau mengeluarkan uang dalam rangka memperbaiki kondisi lingkungan agar sesuai dengan kondisi yang diinginkan. *Willingness to pay* merupakan nilai kegunaan potensial dari sumber daya alam dan jasa lingkungan (Hanley dan Spalsh, 1993 dalam Simanjuntak, 2009)

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness To Pay* (WTP) antara lain (Tamin dkk, 1999 dalam Sulistyono 2012) :

1. Persepsi pengguna terhadap tingkat kualitas

Semakin baik kualitas pelayanan tentu akan menguntungkan pihak pengunjung. Dalam kondisi seperti ini tentu tingkat kemauan pengunjung membayar akan lebih besar dibandingkan sebaliknya.

2. Uilitas pengguna terhadap jasa yang digunakan

Semakin besar manfaat yang dirasakan pengunjung terhadap suatu pelayanan yang dirasakannya tentunya akan semakin besar pula kemauan pengunjung untuk membayar objek wisata tersebut.

3. Fasilitas yang disediakan pemberi jasa

Semakin baik, semakin lengkap, dan semakin nyaman fasilitas yang disediakan oleh pemberi jasa, maka kemauan untuk membayar pengunjung akan semakin tinggi.

#### 4. Pendapatan pengguna

Apabila seseorang mempunyai penghasilan yang semakin meningkat tentunya kemampuan membayar pun akan semakin besar.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka

#### Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuisioner dan wawancara dengan responden yakni pengunjung obyek wisata KRKB Gembira Loka
2. Data sekunder diperoleh dari hasil publikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta, pengelola obyek wisata KRKB Gembira Loka dan data-data publikasi dari pihak lain yang berkaitan dengan penelitian ini

#### Tekhnik Pengambilan Sampel

Tekhnik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan menggunakan kriteria tertentu. Jumlah subyek dalam penelitian ini sebanyak 114 responden.

Untuk memenuhi kriteria yang diharapkan, maka ditentukan batasan kriteria responden sebagai berikut :

1. Berusia minimal 17 tahun.
2. Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)
3. Pernah mengunjungi/sedang mengunjungi obyek wisata Kebun Binatang Gembira Loka.
4. Responden yang menjadi obyek peneliti dapat dijangkau oleh peneliti.

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi, kuisioner, mendatangi instansi terkait, dan studi pustaka.

#### Metode Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan CVM.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka yang berjumlah 114 orang. Karakteristik responden pengunjung obyek wisata ini terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, frekuensi kunjungan dan jarak.

Tabel 4.1  
Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18-28	67	58,8 %
2	29-39	27	23,7 %
3	40-50	12	10,5 %
4	51-60	8	7,0 %
	Jumlah	114	100%

Sumber: Data primer diolah, 2016



Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah usia pengunjung dengan rentang usia 18-28 tahun sebesar 67 orang dengan persentase 58,8%. Jumlah pengunjung dengan rentang usia 29-39 sebesar 27 orang dengan persentase 23,7%. Jumlah pengunjung dengan rentang usia 40-50 tahun sebesar 12 orang dengan persentase 10,5% dan jumlah pengunjung dengan rentang usia 51-60 sebesar 8 orang dengan persentase 7%.

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	45	39,5 %
2	Perempuan	69	60,5 %
	Jumlah	114	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit yakni sebesar 45 orang dengan persentase 39,5% dan jumlah pengunjung dengan jenis kelamin perempuan sebesar 69 orang dengan persentase 60,5%.

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	1	9 %
2	SMA	82	71,9 %
3	DIPLOMA	13	11,4 %
4	S1	18	15,8 %
	Jumlah	114	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung dengan tingkat pendidikan terakhir SMP sebesar 1 orang dengan persentase 9%. Jumlah pengunjung dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sebesar 82 orang dengan persentase 71,9%. Jumlah pengunjung dengan tingkat pendidikan terakhir diploma sebesar 13 orang dengan persentase 11,8% dan jumlah pengunjung dengan tingkat pendidikan S1 sebesar 18 orang dengan persentase 15,8%.

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pegawai Negeri Sipil	19	16,7 %
2	Wiraswasta	13	11,4 %
3	Karyawan Swasta	25	21,9 %
4	Pelajar/Mahasiswa	43	37,7 %
5	Ibu Rumah Tangga	14	12,3 %
	Jumlah	114	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa dengan jumlah sebesar 43 orang atau 37,7%. Jumlah pengunjung yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil/ PNS sebesar 19 orang dengan persentase sebesar 16,7 %. Jumlah pengunjung yang bekerja sebagai wiraswasta sebesar 13 orang dengan persentase 11,4 %. Jumlah pengunjung yang bekerja sebagai karyawan swasta sebesar 25 orang dengan persentase 21,9 % dan jumlah pengunjung sebagai ibu rumah tangga sebesar 14 Orang dengan persentase sebesar 12,3%.

Tabel 4.5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	0-750.000	57	50 %
2	760.000-1.500.000	21	18,4 %
3	1.600.000-2.250.000	13	11,4 %
4	2.350.000-3.000.000	13	11,4 %
5	>3.000.000	10	8,8 %
	Jumlah	114	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung dengan rentang pendapatan 0 – 750.000 sebesar 57 orang dengan persentase 50 %. Jumlah pengunjung dengan rentang pendapatan 760.000 – 1500000 sebesar 21 orang dengan persentase 18,4 %. Jumlah pengunjung dengan rentang pendapatan 1.600.000-2.250.000 sebesar 13 orang dengan persentase 11,4 %. Jumlah pengunjung dengan rentang pendapatan 2.350.000-3.000.000 sebesar 13 orang dengan persentase 11,4 % dan jumlah pengunjung dengan rentang pendapatan lebih besar dari 3.000.000 sebesar 10 orang dengan persentase 8,8%.

Tabel 4.6  
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

No	Frekuensi Kunjungan	Jumlah	Persentase
1	1	57	50 %
2	2	36	31,6 %
3	3	14	12,3 %
4	4	2	1,8 %
5	>5	5	4,4 %
	Jumlah	114	100 %

Sumber : Data primer diolah. 2016

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung baru mengunjungi obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka selama 1 kali. Jumlah pengunjung yang mengunjungi obyek wisata tersebut dalam waktu 1 kali sebesar 57 orang dengan persentase 50%. Jumlah pengunjung yang mengunjungi dalam waktu 2 kali sebesar 36 orang dengan persentase 31,6%. Jumlah pengunjung yang mengunjungi obyek wisata dalam 3 kali sebesar 14 orang dengan persentase 12,3%. Jumlah pengunjung yang mengunjungi obyek wisata tersebut dalam waktu 4 kali sebesar 2 orang dengan persentase 1,8% dan jumlah pengunjung yang mengunjungi obyek wisata dalam waktu lebih dari 5 kali sebesar 5 orang dengan persentase 4,4%.

Tabel 4.7  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak

No	Jarak	Jumlah	Persentase
1	1-25	97	85,1 %
2	26-50	9	7,9 %
3	51-75	3	2,6 %
4	76-100	5	4,4 %
	Jumlah	114	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung dengan rentang jarak 1-25 km sebesar 97 orang dengan persentase 85,1%. Jumlah pengunjung dengan rentang jarak 26-50 km sebesar 9 orang dengan persentase 7,9%. Jumlah pengunjung dengan jarak 51-75 km sebesar 3 orang dengan persentase 2,6%. Jumlah pengunjung dengan jarak 76-100 km sebesar 5 orang dengan persentase 4,4%.

Tabel 4.8  
Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran *Willingness To Pay*

No	<i>Willingness To Pay</i>	Jumlah	Persentase
1	15.000-17.500	26	22,8 %
2	18.000-20.500	70	61,4 %
3	21.000-23.500	3	2,6 %
4	24.000-26.500	15	13,2 %
	Jumlah	114	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung bersedia membayar WTP sebesar 18.000-20.500. Jumlah pengunjung yang bersedia membayar sebesar 18.000-20.500 sebanyak 70 orang dengan persentase 61,4%. Jumlah pengunjung yang bersedia membayar sebesar 15.000-17.500 sebanyak 26 orang dengan persentase 22,8%. Jumlah pengunjung yang bersedia membayar sebesar 21.000-23.500 sebanyak 3 orang dengan persentase 2,6%. Jumlah pengunjung yang bersedia membayar sebesar 24.000-26.500 sebanyak 15 orang dengan persentase 13,2%.

#### Uji Validitas

Tabel 4.9  
Uji Validitas

Variabel	Corrected Item-total correlation	R tabel	Keterangan
WTP	0,468	0,1840	VALID
AGE	0,297	0,1840	VALID
EDU	0,490	0,1840	VALID
INCOME	0,574	0,1840	VALID
JARAK	0,285	0,1840	VALID

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa variabel WTP (*Willingness To Pay*), Age (Usia), Edu (Pendidikan Terakhir), Income (Pendapatan) dan Jarak mempunyai nilai *Corrected Item-total correlation* > daripada nilai r tabel yaitu sebesar 0,1840. Sehingga variabel WTP (*Willingness To Pay*), Age (Usia), Edu (Pendidikan Terakhir), Income (Pendapatan) dan Jarak dinyatakan lolos uji Validitas.

## Uji Reabilitas

Tabel 4.10  
Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Keterangan
0,678	RELIABEL

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel *Age* (Usia), *Edu* (Pendidikan Terakhir), *Income* (Pendapatan) dan *Jarak* memiliki nilai *croanbach's alpha based on standardiezed items* lebih besar dari 0,6 sehingga variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan lolos Uji Reabilitas.

## Deskriptif Statistik

Tabel 4.11  
Analisis Deskriptif

Variabel	Definisi	Min	Maks	Mean	Std. Deviation
WTP	<i>Willingness to Pay</i>	15.000	25.000	19.614	2.918,536
Age	Usia	18	58	29,62	10,453
Edu	Pendidikan terakhir	9	16	12,92	1,699
Income	Tingkat Pendapatan	1	5	2,1	1,366
Jarak	Jarak	2	100	17,68	18,389

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai minimum *Willingness To Pay* adalah Rp 15.000,- dan nilai maksimum *Willingness To Pay* adalah Rp 25.000,-. Rata-rata nilai *Willingness To Pay* adalah Rp 19.614,- dengan standar deviasi 2.918,536. Pada variabel usia diketahui bahwa nilai minimum atau usia termuda adalah 18 tahun dan nilai maksimum atau usia tertua adalah 58 tahun. Rata-rata usia pengunjung yang mengunjungi obyek wisata tersebut adalah 29,62 tahun dengan standar deviasi sebesar 10,453. Pada variabel pendidikan terakhir diketahui bahwa pendidikan terakhir terendah adalah 9 tahun atau SMP dan

pendidikan terakhir tertinggi adalah 16 tahun atau S1. Rata-rata pendidikan terakhir pengunjung adalah 12,92 tahun dengan standar deviasi sebesar 1,699. Pada variabel tingkat pendapatan diketahui bahwa nilai minimum pendapatan adalah 1 atau Rp 0 - 750.000 dan nilai maksimum pendapatan adalah 5 atau Rp >3.000.000. Rata-rata pendapatan adalah 2,1 atau setara dengan 750.000 - 1.500.000 dengan standar deviasi sebesar 1,366. Pada variabel jarak dapat diketahui bahwa jarak terdekat adalah 2 km dan jarak terjauh adalah 100 km. Rata-rata jarak adalah 17,68 km dengan standar deviasi sebesar 18,389.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4.12  
Nilai Tolerance dan VIF

Variabel	Definisi	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
Age	Usia	0,632	1,583
Edu	Pendidikan terakhir	0,673	1,486
Income	Tingkat Pendapatan	0,463	2,161
Jarak	Jarak	0,991	1,009

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa variabel *Age* (Usia), *Edu* (Pendidikan Terakhir), *Income* (Pendapatan) dan Jarak besar nilai tolerancinya lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yakni sebesar 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF pada keempat variabel menunjukkan angka kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel, *Age* (Usia), *Edu* (Pendidikan Terakhir), *Income* (Pendapatan) dan Jarak tidak terkena penyakit Multikolinearitas.

## Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.13  
Uji Heterokedastisitas

Variabel	T-Hitung	Sig	Kesimpulan
Age	-0,094	0,925	Tidak ada Heteroskedastisitas
Edu	0,577	0,565	Tidak ada Heteroskedastisitas
Income	-0,368	0,714	Tidak ada Heteroskedastisitas
Jarak	-1,454	0,149	Tidak ada Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa dalam model regresi tersebut semua variabel *Age* (Usia), *Edu* (Pendidikan Terakhir), *Income* (Pendapatan) dan Jarak menunjukkan nilai signifikansi  $> 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat heterokedastisitas.

## Hasil Analisis Regresi

Tabel 4.14  
Hasil analisis regresi

Model	Coefisien	t-statistik	probabilitas
(Constant)	11099,974	6,239	0,000
Edu	446,264	2,981	0,004
Income	917,112	5,037	0,000
Jarak	45,541	4,067	0,000
R-Squared	0,453		
F-Statistik	30,317		
Prob F-Statistik	0,000		

Sumber: Data primer diolah 2016

Dari hasil analisis regresi berganda, fungsi WTP yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\text{WTP} = 11.099,974 + 446,264 \text{ Edu} + 917,112 \text{ Income} + 45,541 \text{ Jarak} + e$$

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari model regresi adalah 45,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independet dapat menjelaskan variabel dependent sebesar

45,3% sedangkan sisanya 54,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat di penelitian ini.

Nilai F hitung sebesar 30,317 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendidikan, pendidikan dan jarak secara bersama-sama mempengaruhi *willingness to pay* tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka.

Pada variabel tingkat pendidikan nilai signifikansi sebesar 0,004 kurang dari nilai signifikansi 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ), sehingga variabel tingkat pendidikan secara signifikan berpengaruh terhadap *willingness to pay* tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka.

Pada variabel pendapatan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari nilai signifikansi 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ), sehingga variabel pendapatan secara signifikan berpengaruh terhadap *willingness to pay* tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka.

Pada variabel jarak nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari nilai signifikansi 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ), sehingga variabel jarak secara signifikan berpengaruh terhadap *willingness to pay* tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil survey penelitian yang dilakukan terhadap 114 responden untuk membayar tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka didapatkan total *Willingness To Pay* (WTP) sebesar Rp 2.236.000,00 dengan nilai rata rata sebesar Rp 19.614,00. Variabel yang mempengaruhi besarnya *Willingness To Pay* (WTP) adalah tingkat pendidikan, pendapatan dan jarak.



## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 114 responden pengunjung obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa:

1. Karakteristik pengunjung yang mengunjungi kawasan obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka yang diperoleh dari 114 responden menunjukkan sebanyak 39,5% berjenis kelamin laki-laki dan 60,5% berjenis kelamin perempuan. Usia para pengunjung paling banyak berkisar antara 18-28 tahun sebanyak 58,8%. Tingkat pendidikan responden mayoritas merupakan tamatan SMA dengan persentase sebesar 71,9%. Pekerjaan responden mayoritas merupakan pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 37,7%. Tingkat pendapatan pengunjung obyek wisata tersebut sebagian besar berada pada range Rp 0 – Rp 750.000 dengan persentase sebesar 50%. Frekuensi kunjungan pengunjung yang mengunjungi obyek wisata tersebut selama satu tahun terakhir ini adalah 1 kali dengan persentase terbesar yakni 50%. Jarak yang ditempuh responden dari rumah atau tempat tinggal hingga obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira loka terbanyak berada pada range 1-25 km dengan persentase sebesar 85,1%.
2. Besaran nilai *Willingness To Pay* (WTP) adalah sebesar Rp 19.614,00 per orang dengan total nilai *Willingness To Pay* (WTP) sebesar Rp. 2.236.000,00.
3. Variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, variabel jarak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, sedangkan variabel usia tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay*. Sehingga, faktor-faktor yang

mempengaruhi kesediaan responden untuk membayar tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka adalah tingkat pendidikan (*edu*), pendapatan (*income*) dan jarak.

#### Saran

1. Besarnya nilai rata-rata *Willingness To Pay* (WTP) dapat dijadikan acuan dalam penetapan biaya tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka yang selanjutnya dapat digunakan sebagai biaya operasional dalam upaya pelesatian kawasan tersebut.
2. Untuk semakin meningkatkan jumlah pengunjung setiap tahunnya, maka pihak pengelola sebaiknya membuat agenda-agenda seperti contohnya memberikan diskon atau potongan harga tiket masuk kepada anak-anak dan manula. Pihak pengelola juga dapat memberikan potongan harga tiket masuk kepada anak-anak sekolah yang ingin mengunjungi obyek wisata tersebut. Sehingga hal tersebut diharapkan dapat semakin menambah daya tarik pengunjung untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.
3. Perlu adanya penangangan khusus bagi para pengunjung yang berasal dari wilayah di sekitar obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka yang memiliki frekuensi kunjungan lebih sering dibandingkan dengan masyarakat di berasal jauh dari obyek wisata tersebut.
4. Dalam mengambil kebijakan penetapan harga tiket masuk obyek wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka, pengelola dapat mempertimbangkan dengan melihat pendapatan perkapita yang ada di wilayah kota tersebut. Sehingga harga yang di tetapkan diharapkan dapat dijangkau oleh masyarakat baik masyarakat menengah ke bawah maupun masyarakat menengah keatas.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Yoeti, Oka. 1997. *Perencanaan dan Perkembangan Pariwisata*. Jakarta: Penerbit PT Pradyanta Paramita
- Aviandri, Rulinda. 2014. *Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Pemandian Cokrotulung Klaten dengan Travel Cost Method (TCM)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Fadilah, Siti Devi. 2011. *Analisis Willingness To Pay (WTP) Pengunjung Terhadap Paket Wisata di Wana Wisata Curug Nangka (WWCN) Kabupaten Bogor*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- J. Sppilane, James. 1990. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah, dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Majid, Ratri Hanindha. 2008. *Analisis Willingness To Pay Pengunjung Terhadap Upaya Pelestarian Kawasan Situ Babakan, Srengseng Sawah, Jakarta Pusat*. Skripsi Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Merryana, Annisa. 2009. *Analisis Willingness To Pay Masyarakat Terhadap Pembayaran Jasa Lingkungan Mata Air Cirahab*. 2009. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- S. Pedit, Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Penerbit PT Pradyanta Paramita
- Simanjuntak, Gusti EM. 2009. *Analisis Willingness To Pay Masyarakat Terhadap Peningkatan Pelayanan Sistem Penyediaan Air Bersih Dengan WSLIC (Water Sanitation for Low Income Community)*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Sulistyo, Eko Anang B. 2012. *Analisis Tarif Pengolahan Air Limbah Berdasarkan Ability To Pay (ATP) dan Willingness To Pay (WTP)*. Skripsi Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wicaksono, M. Sidiq. 2015. *Valuasi Ekonomi Situs Warisan Budaya*. Tesis Sekolah Pascasarjana Universitas Gajah Mada.