

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Alam semesta menyimpan beragam keanekaragaman baik *flora* dan *fauna* yang sangat beragam. Hal itu didukung dengan adanya berbagai macam bentuk daratan di muka bumi ini yang dimana sebagai tempat tinggal berbagai jenis hewan dan tumbuhan tersebut dan salah satu negara di muka bumi ini yang menyimpan berbagai kekayaan alam ialah negara Indonesia Indonesia yang disebut juga sebagai negara yang kaya akan keindahan alam dan juga kebudayaan, hal tersebut didukung oleh banyaknya pulau yang ada di Indonesia yang membuat Indonesia menjadi negara kepulauan terbesar di dunia dengan 18.110 pulau dengan garis pantai sepanjang 108.000 km. Berdasarkan letak geografis atau letak wilayah, Indonesia berada di antara Benua Australia dan Benua Asia serta di antara Samudera Pasifik dan Samudera Hindia dan juga dilalui oleh garis lintang khatulistiwa yang membuatnya menjadi negara dengan iklim tropis dan hanya mempunyai dua musim yaitu musim hujan atau musim penghujan serta musim kemarau atau musim panas. Selain hal tersebut, Indonesia juga dilalui oleh 3 lempeng tektonik yaitu Lempeng Indo-Australia, Lempeng Eurasia, dan yang terakhir Lempeng Pasifik atau yang lebih dikenal dan disebut dengan pertemuan antara sirkum pasifik dan sirkum mediterania. Maka dari itulah terdapat banyak gunung berapi baik yang masih aktif maupun yang sudah tidak aktif

yang semakin memperkaya kekayaan alam Indonesia serta menjadi rumah bagi banyaknya flora dan fauna.

Berbagai macam kekayaan alam yang ada di Indonesia serta keanekaragaman kebudayaan, dan peninggalan sejarah yang begitu banyaknya semakin menjadi daya tarik tersendiri, bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang dimana dalam segi perekonomian, hal tersebut menjadi faktor yang sangat diunggulkan untuk mengundang wisatawan lokal maupun mancanegara. Dan juga fakta bahwa Indonesia berada dan menjadi titik persilangan, kegiatan perekonomian dunia. Daya Tarik Wisata dapat dijelaskan sebagai segala sesuatu, yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan (Kusmaryudi dkk, 2019)

Di dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 yang mana membahas mengenai sektor pariwisata yang menyatakan jika sektor pariwisata mempunyai tujuan dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi yang dimana diantaranya menaikkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, mengatasi pengangguran. Serta melestarikan alam dan juga lingkungan beserta sumber daya yang berkelanjutan, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta kepada suatu daerah hingga bangsa, memperkokoh jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat bangsa.

Dalam sektor pariwisata sendiri sangat penting dan wajib untuk ditingkatkan sehingga sektor pariwisata menjadi berkelanjutan (*sustainable tourism*) yang dimana meliputi pelestarian alam, jejak-jejak peninggalan masa lalu, serta warisan-warisan lainnya yang terkait dengan lokasi wisata dan alam sekitarnya, yang dapat meningkatkan mutu pembangunan nasional (Astuti dan Noor, 2016). Pariwisata juga berdampak secara langsung terhadap kondisi ekonomi baik masyarakat sekitar hingga suatu negara dimana dapat mempengaruhi penerimaan devisa, pendapatan masyarakat sekitar lokasi wisata dan juga dapat membuka lapangan pekerjaan baru yang mendukung disekitaran lokasi obyek wisata serta dapat berbagi manfaat dan keuntungan bersama (Pitana dan Putu, 2009).

Nilai ekonomi pariwisata merupakan kegiatan pariwisata yang dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Perhitungan nilai ekonomi suatu kawasan objek wisata dapat berdasarkan jumlah wisatawan yang berkunjung serta biaya dan waktu yang dikeluarkan. Hal ini disebabkan karena wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata yang diinginkan berbeda-beda dari tempat asal wisatawan tersebut dan membutuhkan waktu atau pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan tersebut (Pribadi dkk., 2019).

Pada tahun 1989 telah diresmikan kampanye nasional tentang sadar wisata yang berdampak positif dalam sektor pariwisata di Indonesia yang terus-menerus tingkatkan dan dikembangkan dengan memanfaatkan potensi

alam yang berlimpah dan bermacam-macam serta SDM yang diharapkan dapat meningkatkan pelayanan sektor wisata menjadi lebih baik. Dengan adanya kampanye sadar wisata tersebut diharapkan pariwisata di Indonesia semakin baik lagi, hingga mampu mengenalkan dan menaikkan nama bangsa Indonesia dan hingga dapat menambah minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung, serta dapat menambah pendapatan negara melalui devisa negara. Selain itu pembangunan juga merupakan faktor yang penting dimana terdapat proses dinamis yang meliputi berbagai kegiatan yang telah direncanakan yang nantinya dapat melibatkan peran serta masyarakat dan diharapkan dapat menumbuhkan peran serta masyarakat. pembangunan sendiri mempunyai tujuan terhadap ekonomi daerah sekitar dalam membuka tingkat lapangan pekerjaan bagi masyarakat, meningkatkan ekonomi daerah, serta kegiatan lain berbasis ekonomi yang tersebar dari berbagai kesempatan lapangan pekerjaan yang ada (Riyadi, 1981).

Berjalannya industri wisata juga berkaitan erat dengan dampak lingkungan, seperti halnya limbah rumah tangga hingga pabrik, sampah yang ada dimana-mana, dan juga rusaknya fasilitas yang disebabkan oleh *human error*. Maka dari itu jika tidak mempunyai kesadaran lingkungan, maka nantinya akan berakibat terhadap industri pariwisata tersebut. Saat mengembangkan sektor wisata juga harus pandai dalam merawat kondisi sekitar dalam hal ini lingkungan agar kelestarian lingkungan tersebut tetap terjaga dan dirasakan manfaatnya oleh peneru-penerus kita nanti, karena industri pariwisata dalam hal ini lingkungan memiliki nilai yang sebenarnya

di jual seiring dengan banyaknya pengunjung yang datang ke lokasi wisata tersebut. Kondisi sebaliknya juga bisa terjadi jika, industri pariwisata dalam pengembangan tidak memperhatikan lingkungan yang baik sehingga dikatakan lingkungan yang tidak memadai, akan menurunkan mutu pariwisata yang dapat menjadikan tidak laku bahkan hingga keasrian lingkungan disekitar lokasi wisata tersebut rusak. Pengembangan suatu potensi sumberdaya alam harus melihat dari sumberdaya yang akan dikembangkan, salah satunya sumberdaya alam tersebut berupa cadangan (tak terbarui, misalnya tambang mineral/batuan) atau sebagai sumberdaya alam yang terbarui (terbarui, misalnya biota). Dengan kata lain, pengembangan sumberdaya alam harus memperhatikan kesinambungan pemanfaatan dan kelestarian lingkungan. Kekeliruan serta kesalahan pengembangan sumberdaya alam selain berdampak pada degradasi sumberdaya alam yang bersangkutan secara langsung juga dapat berperan dalam memicu terjadinya bencana alam yang berakibat sangat merugikan masyarakat sekitar bahkan hingga negara tersebut.

Sementara itu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mempunyai target bahwa dalam tahun 2021 harus menjadi tahun kebangkitan pariwisata dan ekonomi kreatif. Karena tercatat lebih dari 34 juta masyarakat Indonesia yang menggantungkan ke sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Lebih dari 90 juta rakyat yang terkait dan menikmati manfaat dari pariwisata dan ekonomi kreatif. Terdapat 31 subsektor lapangan usaha dalam cakupan pariwisata dan ekonomi kreatif sehingga

dapat diketahui bahwa didalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi daya ungkit ekonomi yang sangat besar.

Untuk mendukung tercapainya target, Kementerian Pariwisata danau yang lebih dikenal dengan Kemenparekraf mengadakan program tiga pilar dalam membangkitkan pariwisata dan ekonomi kreatif di tahun 2021. Pilar pertama adalah inovasi yang diantaranya dengan pendekatan Big Data untuk memetakan potensi serta menguatkan berbagai aspek pada sektor pariwisata dan juga ekonomi kreatif. Lalu, pada pilar kedua adalah adaptasi, yang berarti membiasakan dan mendisiplinkan penerapan protokol CHSE (kesehatan, kebersihan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan) dalam setiap destinasi pariwisata sebagai bentuk upaya beradaptasi menuju kebiasaan baru, yang salah satu terobosannya dilakukan Kemenparekraf/Baparekraf ialah program melakukan sertifikasi CHSE gratis tanpa dipungut biaya. Sementara program ketiga adalah kolaborasi Kemenparekraf/Baparekraf sebagai fasilitator aktif dengan ekosistem parekraf untuk dapat menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya terutama bagi masyarakat sekitar (Rahayu, 2020)

Tercatat kunjungan para wisatawan ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk tahun 2020 berjumlah 4.052.923 kunjungan ini mengalami penurunan sebesar 74.84% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu tahun 2019 yang berjumlah 16.108.600 kunjungan. Kunjungan wisatawan mancanegara pada 3 pintu besar dari 26 pintu masuk utama pada tahun 2020 dibandingkan bulan Desember 2019, yaitu: Bandara Ngurah Rai, Denpasar

Bali mengalami penurunan sebesar 83,02%; Bandara Soekarno-Hatta, Jakarta mengalami penurunan sebesar 82,01 %; serta Batam mengalami penurunan yang berada dikisaran cukup tinggi yaitu 84,84 persen. jika dilihat berdasarkan asal negara, jumlah kunjungan para wisatawan mancanegara tahun 2020 yang tersebar di seluruh pintu masuk, tercatat yang memiliki jumlah kunjungan tertinggi yaitu: yang pertama dipegang oleh negara tetangga Timor Leste dengan jumlah 994.590 kunjungan, kemudian Malaysia dengan jumlah 980.118 kunjungan, serta Singapura sejumlah 280.492 kunjungan, lalu juga ada Australia dengan 256.291 kunjungan , dan yang terakhir Tiongkok dengan jumlah 239.768 kunjungan (Kemenparekraf/Bapekraf, 2021).

Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sendiri juga merupakan salah satu diantara propinsi unggulan yang ada di Indonesia dalam hal ini wisata alam dan kebudayaan dan juga diharapkan dapat menarik minat dan mengundang banyak wisatawan baik mancanegara maupun lokal lewat keanekaragaman alam dan budaya tersebut. Yogyakarta sendiri pun juga dikenal sebagai kota pelajar yang berarti banyak berdiri instansi pendidikan dari tingkat terendah hingga tertinggi seperti Universitas. Hal ini dapat dilihat dari berbagai banyaknya Universitas ternama yang berdiri di kota pelajar ini. Namun tidak hanya itu, selain dikenal dengan kota pendidikan kota Yogyakarta juga dikenal dengan budayanya dimana masih terdapat keraton kasultanan aktif yang masih berdiri. Dan juga dimana kebudayaan jawa sangat melekat erat serta ditambah lagi Kota

Yogyakarta merupakan pusat berdirinya Kerajaan Mataram yang sekarang dapat ditandai dengan adanya Kasunanan Keraton Yogyakarta. Tidak berhenti disitu, selain dua hal yang disebutkan tadi, keindahan alam Yogyakarta juga tak kalah indah dengan daerah lain di Indonesia maupun mancanegara yang didukung dengan adanya berbagai macam keindahan alam seperti pantai, bukit, pegunungan hingga gunung berapi. Maka dari itu Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai daya tarik tersendiri dan sangat menjanjikan bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dan juga dapat ditandai dengan menjamurnya penginapan seperti hotel-hotel besar menjadi salah satu tanda bahwa Yogyakarta sendiri menjadi potensi besar dan menguntungkan dari segi pariwisata yang ada di Indonesia.

Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai letak Geografis di 70 33' LS - 8 12' LS dan 110 00' BT - 110 50' BT. Daerah Istimewa Yogyakarta juga terletak di bagian selatan tengah Pulau Jawa yang dibatasi langsung oleh Samudera Hindia di bagian selatan dan Propinsi Jawa Tengah di bagian lainnya dengan batas Kabupaten Wonogiri di bagian tenggara, kemudian Kabupaten Klaten yang berada di bagian timur laut, Kabupaten Magelang di bagian barat laut, serta Kabupaten Purworejo di bagian sebelah barat. Sementara Kabupaten Sleman Secara letak Geografis berada diantara 110° 33' 00" dan 110° 13' 00" Bujur Timur, 7° 34' 51" dan 7° 47' 30" Lintang Selatan. Lalu wilayah Kabupaten Sleman sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Boyolali, Propinsi Jawa Tengah, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Klaten, Propinsi Jawa Tengah, sebelah barat berbatasan

dengan Kabupaten Kulon Progo, Propinsi DIY serta Kabupaten Magelang, Propinsi Jawa Tengah dan sebelah selatan berbatasan langsung dengan Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul dan Kabupaten Gunung Kidul, Propinsi D.I.Yogyakarta. berikut ini terlampirkan data jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Sleman per tahun dari 2014-2018:

Tabel 1. 1
Data Kujungan Wisatawan di Kabupaten Sleman
Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah Wisatawan (Orang)
2014	4.132.933
2015	5.196.816
2016	4.928.938
2017	7.226.595
2018	8.531.738

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman, 2019

Pada tabel 1.1 dapat diketahui jika jumlah kunjungan objek wisata di Kabupaten Sleman. Pada tahun 2014 hingga tahun 2015 mengalami peningkatan akan tetapi pada tahun 2016 sedikit mengalami penurunan dan pada tahun 2017 hingga 2018 kembali mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan jumlah pengunjung tersebut dikarenakan pariwisata di Kabupaten Sleman mulai diperbaiki dan dikelola dengan baik sehingga mengalami pengembangan yang pesat. Peningkatan ini dikarenakan oleh

perbaikan dalam kualitas atraksi pariwisata serta peningkatan akses. Hal ini didukung oleh berbagai event yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman yang terbukti berhasil mengangkat kualitas pariwisata di Kabupaten Sleman. Objek wisata yang diunggulkan dan sedang dikembangkan Pemerintah Kabupaten Sleman ialah potensi wisata alam yang berada di pesisir lereng Gunung Merapi dan salah satunya ialah objek wisata Bukit Klangon.

Kawasan wisata Bukit Klangon yang berada di Cangkringan Sleman mempunyai nama lain Bukit Glagaharjo. Bukit Klangon ini juga termasuk ke dalam kategori wisata bernuansa alam yang sebagian besar mengandalkan keindahan alam untuk menari wisatawan. Bukit Klangon sendiri berlokasi atau terletak di lereng Gunung Merapi sehingga berdekatan dengan obyek wisata Kaliurang yang juga berada di lereng gunung Merapi. Lalu Bukit Klangon mulai dibuka dan dikembangkan sebagai obyek wisata yang berpotensi pada tahun 2011 walaupun masih sekedar dikelola oleh masyarakat sekitar secara swadaya dan mulai naik namanya pada kisaran tahun 2016-2017 di era digitalisasi. Hal ini dikarenakan adanya erupsi gunung Merapi pada tahun 2010 sehingga Bukit Klangon mulai dikenal dan dibuka satu tahun setelahnya dan di kelola oleh warga masyarakat sekitar. Hingga akhirnya mendapat dukungan pengelolaan dari Pemerintah Kabupaten Sleman dan instansi terkait dengan perbaharuan penunjang fasilitas serta penambahan sarana prasarana yang mendukung keberlangsungan lokasi obyek wisata tersebut. Bukit Klangon sendiri juga

menyuguhkan pemandangan alam berupa Gunung Merapi yang ada di sebelah utara dengan jarak sekitar 4 km dari puncak atau kawah Gunung Merapi sebagaimana diketahui bahwa Gunung Merapi merupakan salah satu gunung yang masih aktif di Indonesia sehingga menarik minat tersendiri bagi para wisatawan ataupun instansi terkait untuk memantau aktivitas vulkanik Gunung Merapi. Selain gardu pandang yang ditawarkan, pengunjung dapat juga menyewa tenda untuk kemudian melakukan *camping* atau bermalam di lokasi yang sudah ditentukan dengan menggunakan tenda yang di sediakan pengelola atau membawa peralatan sendiri. Terdapat juga tempat *downhill* atau sarana bersepeda menuruni bukit dengan kontur tanah dan berbatu. Lalu Bukit Klangon juga menawarkan trekking menaiki bukit itu sendiri yang sedikit mamacu badan. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut didukung dengan pemandangan alam yang disajikan menjadikan Bukit Klangon sebagai obyek wisata yang sangat diunggulkan Di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta terlebih di Kabupaten Sleman.

Maka dengan adanya potensi wisata maka diperlukan pembangunan lebih lanjut untuk mendukung tercapainya obyek wisata yang nyaman bagi pengunjung dan dapat menarik lebih banyak pengunjung baik lokal maupun internasional. Namun dalam pelaksanaan pembangunannya diperlukan kajian lingkungan yang lebih matang agar tidak merusak keadaan alam sekitar yang masih asri dan juga agar keadaan alam tetap lestari sebagaimana sedia kala dan dapat bermanfaat baik bagi manusia maupun

mahluk hidup lainnya. Hal ini tertulis Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 60

:

وَإِذِ اسْتَسْقَىٰ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ فَقُلْنَا اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ ۖ فَانفَجَرَتْ مِنْهُ

أَنْتُنَا عَشْرَةَ آيَاتٍ ۚ قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَّشْرِبَهُمْ ۖ كَلُوا وَاشْرَبُوا مِنْ رِزْقِ اللَّهِ وَلَا

تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Yang artinya:

Dan (ingatlah) ketika Musa memohon air untuk kaumnya, lalu Kami berfirman, "Pukullah batu itu dengan tongkatmu!" Maka memancarlah daripadanya dua belas mata air. Setiap suku telah mengetahui tempat minumnya (masing-masing). Makan dan minumlah dari rezeki (yang diberikan) Allah, dan janganlah kamu melakukan kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan.

Dengan berbagai macam banyaknya sumberdaya alam yang tersedia maka sudah seharusnya sebagai manusia memanfaatkan dengan sebaik-baiknya tanpa melakukan perusakan sedikitpun serta melakukan tindakan berkelanjutan yang dapat bermanfaat seterusnya sehingga masyarakat dapat merasakan dampak baik secara langsung terhadap pembangunan pariwisata tersebut. Persepsi dan dukungan masyarakat terhadap obyek wisata menjadi pertimbangan penting dalam perencanaan pembangunan obyek wisata agar supaya pembangunan, pemasaran, serta operasional yang sedang berjalan, dan proyek pariwisata selanjutnya dapat berjalan dan terindikasi sangat baik. Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat sebagai pemangku kepentingan di kawasan wisata Bukit Klagon. Dengan mengetahui persepsi

positif atau negatif yang timbul, serta aspek-aspek penting yang dipersepsikan oleh masyarakat sebagai pemangku kepentingan di kawasan obyek wisata Bukit Klagon

Bukit Klagon sendiri dapat dikategorikan sebagai barang publik, yang mana mempunyai ciri-ciri dari barang publik yaitu, non-rival. Dimana dengan mengkonsumsi barang atau jasa yang dilakukan oleh setiap individu tidak akan membuat jumlah barang yang tersedia untuk dikonsumsi menjadi berkurang. Yang kedua, yaitu *non-eksklusif* yang berarti semua individu punya hak dalam merasakan dan menggunakan barang atau jasa tersebut. Penilaian ekonomi dan lingkungan atas barang publik didasarkan pada konsep dalam kemauan membayar (*willingness to pay*). Penilaian dengan konsep tersebut dapat dilakukan dengan mengetahui prioritas individu atau kelompok untuk memperhitungkan tingkat baik buruknya lingkungan sekitar. Maka dari itu, penilaian barang publik dapat digunakan untuk bisa memberi penilaian jenis lingkungan atau barang yang tergolong agro wisata.

Rahardjo (2002) dalam penelitiannya menambahkan bahwa secara khusus metode dalam menghitung nilai ekonomi pariwisata serta lingkungan dapat dibedakan menjadi dua metode. Mode yang pertama, adalah teknik valuasi ekonomi yang mengandalkan harga implisit yang mana melalui model yang dikembangkan (*revealed preference method*) *willingness to pay* (WTP) akan dapat diketahui. Kemudian yang kedua, ialah teknik valuasi berdasarkan pada survei yang dilakukan secara langsung

dengan menemui responden, dimana *willingness to pay* (WTP) dapat diperoleh dengan cara langsung dari penjawab (responden) (*expressed preference method*). Dari kedua metode yang sudah disebutkan dan dijelaskan diatas, maka dapat dikatakan kedua metode tersebut sering digunakan sebagai metode valuasi untuk barang-barang yang tidak memiliki nilai pasar (*non-market valuation*). Metode yang masuk kedalam kategori *revealed preference method* adalah *travel cost method* (TCM). Dalam metode ini memperkirakan nilai ekonomi pada suatu daerah objek wisata atas dasar penilaian yang masing-masing individu atau masyarakat berikan, terhadap kesenangan yang tidak dapat dinilai (dalam dalam satuan nilai) dari seluruh biaya yang sudah digunakan atau dikeluarkan untuk mengunjungi dan menikmati objek wisata tersebut. Menurut Fauzi (2010) ada beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh pendekatan *travel cost method* (TCM). Batasan yang pertama ialah, *travel cost method* (TCM) sendiri dibangun atas dasar dugaan dimana setiap wisatawan yang melakukan perjalanan, hanya mengunjungi satu destinasi tujuan wisata padahal tidak semua lokasi daerah mempunyai 1 lokasi wisata melainkan banyak juga yang mempunyai beberapa obyek wisata yang berdekatan dan biasanya pengunjung akan satu paket jika berkunjung ke tempat wisata tersebut, jadi jika wisatawan melakukan kunjungan lebih dari satu objek wisata, tidak dapat menggunakan (*multi-purpose trip*). Dan yang kedua ialah bahwa *travel cost method* (TCM) tidak bisa membedakan antara wisatawan yang datang dari kalangan pelibur (*holiday makers*) dengan wisatawan yang

datang dari daerah setempat (*resident*) atau dapat juga disebut sebagai masyarakat lokal. Ketiga, *travel cost method* (TCM) dalam pengukuran nilai dari waktu memiliki sedikit permasalahan, karena variabel waktu memiliki nilai yang terkandung didalamnya yang dinyatakan sebagai bentuk biaya yang dikorbankan oleh wisatawan yang sebenarnya sangat berpengaruh terhadap wisatawan tersebut.

Travel cost method (TCM) telah banyak diaplikasikan untuk menilai objek wisata seperti wisata dalam kategori wisata alam, wisata buatan, wisata sejarah, wisata keagamaan dan wisata-wisata lainnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Zulpikar dkk. 2017, Lavemia dkk. 2018, Haider dkk. 2018, Ezebilo 2016) menunjukkan bahwa durasi kunjungan berpengaruh positif terhadap jumlah frekuensi kunjungan wisatawan. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Damanik dan Saragih 2018, Zulpikar dkk. 2017, Saptutyingsih dan Ningrum 2017, Lavemia dkk. 2018, Latinopoulos 2020, Mazaya dkk. 2019, Batubara dkk. 2020, Limaei dkk. 2017, Almeida dkk. 2019, Ali dkk. 2018) menunjukkan bahwa umur berpengaruh positif terhadap jumlah frekuensi kunjungan wisatawan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Damanik dan Saragih 2018, Zulpikar dkk. 2017 Ali dkk. 2018, Almeida dkk. 2019, Batubara dkk. 2020, Ezebilo 2016, Haider dkk. 2018, Khoirudin dan Khasanah 2018, Latinopoulos 2020, Lavemia dkk. 2018, Limaei dkk. 2017, Mazaya dkk. 2019, Pirikiya dkk. 2016, Saptutyingsih dan Ningrum 2017) menunjukkan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap jumlah frekuensi kunjungan wisatawan.

Sedangkan penelitian menurut (Damanik dan Saragih 2018, Zulpikar dkk. 2017, Saptutydingsih dan Ningrum 2017, Che Leh dkk. 2019, Batubara dkk. 2020) menjelaskan bahwa jarak tempat tinggal berpengaruh negatif terhadap jumlah frekuensi kunjungan wisatawan. Dalam penelitian (Damanik dan Saragih 2018, Zulpikar dkk. 2017, Saptutydingsih dan Ningrum 2017, Khoirudin dan Khasanah 2018, Lavemia dkk. 2018, Latinopoulos 2020, Haider dkk. 2018, Ezebilo 2016, Pirikiya dkk. 2016, Mazaya dkk. 2019, Batubara dkk. 2020, Limaei dkk. 2017, Ali dkk. 2018) menunjukkan bahwa biaya perjalanan ke objek wisata berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diatas, maka dari itu penulis tertarik dan berminat dalam penelitian dalam rangka mengetahui estimasi nilai ekonomi obyek wisata Bukit Klangon, serta variabel-variabel yang sekiranya mempengaruhi jumlah kunjungan ke Bukit Klangon yang diharapkan untuk memberikan pertimbangan pemerintah daerah dan instansi terkait untuk selanjutnya dilakukan tindakan yang dapat meningkatkan kualitas lingkungan yang berkelanjutan, serta mengolah obyek wisata Bukit Klangon menjadi lebih baik yang diharapkan nantinya akan memberikan subsidi terhadap masyarakat sekitar hingga pendapatan daerah Kabupaten Sleman. Berdasar uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik dengan penelitian yang berjudul **“Valuasi Ekonomi Bukit Klangon dengan Pendekatan Travel Cost Method”**

B. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang terdapat pada penelitian kali ini mengenai kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Sleman, maka penulis membatasi permasalahan yang ditujukan kepada wisatawan Bukit Klangon Sleman. Variabel dependen dalam penelitian ini ialah jumlah kunjungan. Kemudian variabel independennya ialah jarak, biaya perjalanan, umur, pendapatan, dan durasi kunjungan.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dibahas diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh jarak terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman?
2. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman?
3. Bagaimana pengaruh umur terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman?
4. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman?
5. Bagaimana pengaruh Durasi Kunjungan terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah jarak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman.
2. Untuk mengetahui apakah biaya perjalanan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman.
3. Untuk mengetahui apakah umur berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman.
4. Untuk mengetahui apakah pendidikan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh durasi kunjungan terhadap jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Bukit Klangon Kabupaten Sleman.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis pribadi, diharapkan lebih sadar akan adanya permasalahan serta dapat menganalisis permasalahan tersebut sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dalam pembangunan obyek wisata di Bukit Klangon Kabupaten Sleman.

2. Bagi instansi terkait, dalam hal ini Pemda Sleman diharapkan untuk dapat lebih memperhatikan tentang pembangunan dan pengembangan pariwisata berkelanjutan khususnya dalam pengembangan dan pembangunan objek wisata berkelanjutan agar proyek yang sedang atau akan dijalankan menjadi lebih baik lagi.
3. Bagi masyarakat disekitar, untuk sebagai masukan serta pandangan tentang pengetahuan pariwisata tentang pentingnya menjaga keasrian alamnya dan diharapkan masyarakat dapat ikut andil dalam mengembangkan dan mewujudkan objek wisata tersebut yang berkelanjutan.
4. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian terutama dalam dibidang ekonomi pariwisata yang berkelanjutan.