

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Valuasi ekonomi lingkungan ada sebagai akibat dari pembangunan (kegiatan) ekonomi yang selama ini tidak memperhatikan hasilnya ke lingkungan. Penggunaan sumber daya alam cenderung boros dan mengasumsikan ketersediaannya selalu melimpah sehingga saat dievaluasi cenderung diremehkan. Krisis ekologi ditunjukkan sebagai akibat dari kegiatan tersebut manfaat ekonomi dengan manfaat lingkungan yang semakin berkurang. Oleh karena itu, perlu diperjelas pentingnya keberadaan nilai-nilai atau harga penilaian lingkungan.

Evaluasi ekonomi lingkungan terkait dengan nilai sosial yang timbul dari keberadaannya. Sumber daya alam dan jasa lingkungan diubah menjadi barang dan jasa rakyat. Sumber daya alam selalu memiliki pasar dan harga akan tetapi pelayanan lingkungan tidak ada pasar atau harga. Barang dan jasa lingkungan terkandung adanya nilai dan biaya sosial yang timbul dari barang dan jasa lingkungan bekerja atau berdampak, diikuti dampak pada komunitas atau masyarakat, dan bukan kepada individu. Dalam hal ini, mengetahui hubungannya juga penting. penilaian dengan pengelolaan sumber daya alam pada nilai pasar (sewa ekonomi) dan jasa lingkungan tanpa pasar (Hasibuan, 2014).

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam yang terdiri dari lautan, matahari, pesisir dan daratan jika dikelola dengan benar-benar

memberi keuntungan besar bagi negara. Salah satu keuntungannya untuk negara yaitu menjadikan destinasi wisata. Bidang sumber daya alam indah diharapkan memberikan kontribusi yang besar menyediakan sumber pendapatan. Indonesia masuk dalam kategori Negara beriklim tropis, dimana hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisata yang pas bagi wisatawan internasional maupun wisatawan lokal yang ingin berlibur (Setiawan, 2020).

Pariwisata merupakan salah satu hal terpenting bagi suatu ini kegiatan perjalanan sementara dari tempat asal tinggal ke tujuan menetap atau mencari nafkah selain hanya bersenang-senang, untuk memuaskan rasa ingin tahu, memiliki waktu luang atau waktu senggang. Pariwisata Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang dapat dirasakan dampaknya oleh penyedia jasa wisata, pedagang, dan masyarakat yang berwisata ke tempat wisata tersebut.

Di Dalam Al-Quran dan Hadist menjelaskan tentang keindahan alam semesta terdapat pada ayat Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 205.

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ

Artinya: “Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan.” (Q.S Al-Baqarah : 205)

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَنْ يُرَىٰ أَنْتَرُ نِعْمَتِهِ عَلَىٰ عَبْدِهِ

” Sesungguhnya Allah suka melihat (tampaknya) bekas nikmat (yang dilimpahkan-Nya) kepada hamba-Nya.” (HR. At-Tirmidzi & Al Hakim).

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia didukung oleh Undang- Undang No.9 Tahun 1990 yang menyebutkan bahwa “kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan

memeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa”.

Sektor pariwisata ini sanggup membantu perkembangan dan sanggup memajukan lahan pekerjaan kemudian akan memperbaiki perekonomian kearah yang lebih baik bersama dengan memaksimalkan potensi alam di suatu daerah supaya menjadi nilai tambahan bagi masyarakat sekitar dan sebagai sumber pendapatan daerah. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Peranan pariwisata sendiri yaitu sektor yang bisa menunjang kemajuan suatu daerah, terutama dengan adanya peraturan mengenai otonomi”.

Kebijakan ini berperan atas dasar masyarakat daerah yang mempunyai modal yang diperoleh untuk perkembangan kegiatan pariwisata (Rahma, 2020). Peningkatan ekonomi di suatu wilayah dapat dilakukan dengan pengembangan sektor sektor yang mempunyai potensi menjadi kegiatan produksi. Peningkatan pariwisata menjadi kegiatan produksi yang dapat dilakukan dengan produksi jangka panjang, yaitu

meningkatkan faktor produksi dalam skala pelayanan dan jumlah objek wisata yang dikelola sehingga dalam jangka panjang mampu memberikan keuntungan terhadap wilayah tersebut. Kegiatan pariwisata di lingkup ekonomi wilayah ini adalah sektor yang menyumbang pendapatan wilayah baik secara langsung maupun tidak langsung (Aji, 2018).

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kawasan wisata yang dikenal mengedepankan pembangunan berkelanjutan, dan unsur budaya Yogyakarta menjadi daya tarik utamanya. Salah satu alasan mengapa Yogyakarta menarik wisatawan adalah budayanya yang kaya, dan orang-orang, terutama wisatawan mancanegara, lebih memilih tujuan wisata budaya daripada wisata alam. Oleh karena itu, jika ingin menikmati wisata budaya, Yogyakarta adalah pilihan terbaik. Selain budaya, faktor lain yang membuat Yogyakarta begitu menarik adalah wisata sejarah, panorama dan keindahan yang mengajak wisatawan untuk merasakan alam pedesaan, tempat wisata yang dikenal dengan Desa Wisata Tebing Breksi.

Desa Wisata Tebing Breksi terletak di Desa Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Wisata Tebing Breksi merupakan wisata yang tidak terbentuk secara alami melainkan berasal dari bukit batu biasa yang menjelma akibat terkikis aktivitas penambangan bahan material bangunan oleh warga setempat selama bertahun-tahun dan menjadi sumber mata pencaharian warga (Islami, 2021).

TABEL 1.1
Data Pengunjung Objek Wisata di Tebing Breksi

NO	BULAN	KUNJUNGAN TAHUN 2021	
		DOMESTIK	MANCANEGARA
1	JANUARI	114.385	2
2	FEBRUARI	87.824	2
3	MARET	97.160	1
4	APRIL	10.367	0
5	MEI	134.570	2
6	JUNI	131.875	0
7	JULI	1.540	0
8	AGUSTUS	0	0
9	SEPTEMBER	65.081	110
10	OKTOBER	52.852	31
11	NOVEMBER	71.699	3
12	DESEMBER	109.490	3
TOTAL		876.843	154

Sumber: Pengurus Tebing Breksi

Dilihat dari Tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah pengunjung atau wisatawan ke objek wisata Tebing Breksi pada bulan Mei dan Juli mengalami peningkatan lalu pada bulan selanjutnya mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh covid 19 yang mengakibatkan objek wisata mengalami penurunan.

Setiap desa memiliki potensi untuk dijadikan sebagai produk wisata unggul. Keindahan dan keunikan alam menjadi wisata alam. Sebagai desa ini memiliki tradisi dan budaya unik yang dapat menjadi tujuan kunjungan budaya. Jika desa memiliki makanan dan minuman khas masakan tradisional yang unik dalam bahan, rasa dan penyajian dapat digunakan sebagai destinasi wisata kuliner desa. Jika desa memiliki kerajinan khas dan unik itu bisa menjadi tujuan wisata oleh-oleh negara, atau jika desa tersebut memiliki peninggalan yang memiliki nilai sejarah

atau tempat bersejarah/prasejarah dapat menjadi tujuan wisata sejarah kota kecil. Sekalipun desa tersebut memiliki hasil bumi atau hasil laut yang unggul misalnya pertanian, perkebunan, perikanan dan lainnya (misalnya wisata panen memetik apel, stroberi, memetik tomat, paprika dan sayuran lainnya). Dunia perjalanan saat ini sudah banyak yang melihat perkembangan yang signifikan. Semuanya bisa dijadikan wisata yang mendatangkan keuntungan ekonomi warga sekitar, asal mau melihat dan memanfaatkan peluang (Saetban, 2021).

Salah satu metode penelitian yang digunakan untuk mengukur nilai ekonomis suatu wisata alam adalah metode biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan dikatakan sebagai metode yang digunakan untuk memperkirakan nilai ekonomi suatu komoditas yang tidak memiliki nilai pasar. Metode ini memiliki anggapan dasar bahwa setiap individu, aktual maupun potensial, bersedia mengunjungi suatu daerah dengan tujuan memperoleh keuntungan tertentu walaupun tanpa harus membayar biaya pendaftaran. Walaupun seharusnya tidak ada biaya masuk, namun banyak pengunjung yang datang dari atau tinggal jauh dari objek wisata Tebing Breksi yang sedang mereka kunjungi, namun ada perbedaan “harga” yang harus dibayar antara seorang wisatawan dengan wisatawan lainnya. memperoleh keuntungan yang sama, seperti biaya transportasi, konsumsi, hotel dan lainnya. Kondisi ini dalam teori ekonomi dianggap sebagai representasi dari permintaan (*demand*) wisatawan (konsumen) terhadap manfaat tersebut (Noho, 2020).

Biaya perjalanan dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang atau biaya yang dikeluarkan dan memperkirakan nilai manfaat dari upaya perubahan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi. kualitas lingkungan tempat rekreasi yang dikunjungi. Selain biaya yang dikeluarkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata, ada juga faktor yang dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan yaitu lama kunjungan. perjalanan dari tempat tinggal ke objek wisata. Jika waktu tempuh lebih lama, maka tingkat kunjungan rendah dan sebaliknya. Selain waktu, ada beberapa variabel sosial ekonomi yang secara tidak langsung dapat mempengaruhinya. Wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat wisata. Variabel sosial ekonomi meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan. Variabel pendapatan merupakan faktor penting yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan wisata. pendapatan yang diperoleh seseorang Orang tersebut akan digunakan untuk membiayai semua pengeluaran selama kunjungan wisata sehingga pendapatan akan mempengaruhi seseorang untuk melakukannya. keputusan. Variabel tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi pemahaman rasa ingin tahu seseorang terhadap objek wisata. dan keinginan atau motivasi untuk melakukan perjalanan (Dwisolehati dan Dewanti, 2022).

Biaya perjalanan didefinisikan sebagai total biaya yang dikeluarkan wisatawan dalam suatu perjalanan, waktu kunjungan ke tujuan wisata. Penghasilan adalah pendapatan bulanan seseorang. Fasilitas didefinisikan

sebagai fasilitas pengukuran yang memuaskan dari pengunjung terkait infrastruktur tempat wisata. Hutan pinus Kragilan dan pantai Lembu Purwo berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan. Namun yang membedakan adalah arah hubungannya. Hutan Pinus menggambarkan dampak positif yang diartikan bahwa semakin tinggi pendapatan masyarakat maka frekuensi kunjungan masyarakat ke Hutan Pinus Kragilan semakin meningkat. Hipotesis keempat diterima untuk hutan Pinus Kragilan dan pantai Lembu purwo. Keduanya memiliki nilai dan arah hubungan yang sama antara kepuasan fasilitas dan frekuensi kunjungan masyarakat ke hutan pinus Kragilan dan pantai Lembu purwo. Hipotesis kelima diterima untuk hutan pinus Kragilan dan Museum Soeharto, pendidikan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan (Dewanti, 2020).

Pada prinsipnya metode biaya perjalanan mengkaji biaya yang dikeluarkan oleh setiap orang yang mengunjungi suatu tempat rekreasi. Konsumen akan mengorbankan biaya untuk pergi ke tempat tersebut untuk mendapatkan kepuasan. Metode ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan pengunjung untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai keuntungan (*benefit*) dari tempat rekreasi yang dikunjungi.

Menurut (Al-Khoiriah, 2017) *travel cost* mempengaruhi frekuensi kunjungan karena taraf kepercayaan wisatawan terhadap objek tersebut yang dimana apabila biaya perjalanan pengunjung naik maka akan

mengakibatkan menurun frekuensi kunjungan wisatawan ke objek tersebut. Wisatawan akan memilih wisata yang menurutnya biaya perjalanan ke objek wisata tersebut murah maka mereka memilih berkunjung ke objek itu. Tujuan wisata pengunjung adalah piknik atau kumpul keluarga, sehingga usia tidak menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi.

Variabel pendidikan tidak berpengaruh pada frekuensi kunjungan, hal ini disebabkan tingkat penerimaan variabel pendidikan kurang dari satu persen. Situasi ini muncul akibat sikap seseorang di tempat kerja tidak dipengaruhi oleh pencapaian pendidikan. Berwisata atau refreshing merupakan kebutuhan yang tidak melihat jenjang pendidikan yang tidak terlihat. Karena tingkat kepercayaannya kurang dari 41,69 persen, variabel pendapatan tidak berpengaruh pada frekuensi kunjungan. Ini terjadi karena keinginan atau kebutuhan seseorang untuk melakukan aktivitas di luar ruangan tidak mempengaruhi pendapatan. Seorang yang hobi melakukan perjalanan akan mengorbankan penghasilannya untuk melakukan perjalanan, apapun tingkat perkapita keluarganya (Al-Khoiriah, 2017).

Hasil penelitian (Maulini dan Andriyani, 2021) menerangkan bahwa biaya perjalanan berakibat negatif dan positif terhadap jumlah kunjungan wisata pantai pangah. Hasil pengkajian menerangkan bahwa bila peningkatan biaya perjalanan akan mengakibatkan keputusan berkunjung wisatawan semakin rendah. Menurut (Yoeti, 1997) biaya perjalanan merupakan biaya yang dikeluarkan wisatawan untuk sampai di

objek wisata dan biaya selama di objek wisata. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya lainnya. Biaya perjalanan salah satu elemen yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam melakukan perjalanan jauh. Semakin tinggi biaya perjalanan akan mengakibatkan wisatawan untuk mengurungkan niatnya dalam waktu dekat. Semakin rendah biaya perjalanan akan mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kegiatan perjalanan setiap adanya waktu senggang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jarak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Pantai Pangah. Hal ini berarti apabila jarak tempuh meningkat maka tingkat kunjungan akan semakin berkurang (Maulini dan Andriyani, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan (Fredy Herminto, 2010) jarak menunjukkan tanda negatif dapat disimpulkan bahwa semakin jauh jarak yang ditempuh maka semakin rendah jumlah permintaan objek wisata. Jarak yang ditempuh pengunjung dari tempat tinggal ke objek wisata menentukan banyaknya jumlah permintaan objek wisata.

Di kawasan wisata Tebing Breksi, tarif masuknya hanya Rp 10.000. Namun tidak bisa dibandingkan dengan biaya pengelolaan dan pengembangan kawasan wisata Tebing Breksi, melalui biaya tiket dapat meningkatkan permintaan objek wisata, seperti pengembangan wisata yang bertujuan untuk mengembangkan objek wisata agar lebih menarik dan lebih populer dengan sambutan wisatawan domestik dan mancanegara.

Oleh karena itu, perlu dihitung nilai objek wisata Tebing Breksi dengan menghitung biaya perjalanan yang meliputi: biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya parkir dan biaya lainnya untuk menikmati jasa wisata tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian “Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan *Individual Pendekatan Travel Cost Method*”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pendapatan wisatawan terhadap frekuensi kunjungan di Objek Wisata Tebing Breksi?
2. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan di Objek Wisata Tebing Breksi?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap frekuensi kunjungan wisatawan di Objek Wisata Tebing Breksi?
4. Apakah status pendidikan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan di Objek Wisata Tebing Breksi?
5. Bagaimana dan seberapa besar pengaruh dari biaya perjalanan, pendapatan wisatawan, status pendidikan dan fasilitas terhadap frekuensi kunjungan di Objek Tebing Breksi?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh pendapatan wisatawan terhadap frekuensi kunjungan di Wisata Tebing Breksi.

2. Menganalisis pengaruh biaya perjalanan objek lain terhadap frekuensi kunjungan wisata ke objek Wisata Tebing Breksi.
3. Menganalisis pengaruh fasilitas objek terhadap frekuensi kunjungan wisata ke objek Wisata Tebing Breksi.
4. Menganalisis pengaruh pendidikan terhadap frekuensi kunjungan wisata ke objek Wisata Tebing Breksi.
5. Mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh dari biaya perjalanan wisatawan, pendapatan wisatawan, status pendidikan dan fasilitas Objek Wisata Tebing Breksi.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata di Tebing Breksi.

2. Secara Praktis

Sebagai sumber referensi penelitian yang berhubungan dengan *Travel Cost Method* dalam pariwisata.

- a. Bagi Penulis

Sebagai sarana pembelajaran dan pengetahuan mengenai penilaian biaya perjalanan (*travel cost*) dan permasalahan terkait sumber daya alam di Objek Wisata Tebing Breksi.