

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki berbagai kekayaan alam dan terdapat beragam budaya yang berbeda-beda di setiap daerahnya. Keberagaman budaya, suku, kesenian, adat istiadat dan perbedaan bahasa membuat Indonesia memiliki daya tarik untuk di kunjungi atau untuk diperkenalkan pada wisatawan domestik dari luar daerah yang berbeda maupun wisatawan asing.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha (UU No. 10, 2009).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang cukup penting dalam pertumbuhan ekonomi di berbagai negara salah satunya negara Indonesia sendiri. Perkembangan sektor pariwisata dapat memberikan banyak manfaat terutama manfaat bagi pemerintah pada pendapatan. Dengan adanya pariwisata, Pendapatan Asli Daerah (PAD) dapat meningkat dari diberlakukannya tiket masuk, retribusi parkir kendaraan, dan pajak.

Pariwisata juga dapat memberikan devisa yang berasal dari wisatawan asing, karena untuk dapat menikmati wisata yang ada di Indonesia, wisatawan asing harus menukarkan mata uang mereka dengan rupiah atau membayar langsung dengan menggunakan mata uang mereka. Selain itu sektor pariwisata dapat memperluas lapangan pekerjaan yang dapat menunjang berkembangnya objek wisata tersebut, masyarakat di sekitar wisata dapat menjual barang atau jasa seperti menjual barang-barang *souvenir*, membuat restoran, hotel dan menjadi pramuwisata. Perkembangan pada sektor pariwisata harus mempunyai hubungan yang timbal balik antara Sumber Daya Manusia (SDM) dengan Sumber Daya Alam (SDA). Jika keduanya memiliki timbal balik yang baik maka dapat membantu dalam pengembanaan objek-objek wisata yang dimiliki suatu daerah, sehingga akan membantu perekonomian yang berada di daerah tersebut.

Salah satu wilayah dengan perkembangan pariwisata yang cukup berkembang adalah Kabupaten Semarang. Kabupaten Semarang adalah wilayah yang cukup banyak memiliki objek wisata, karena sektor pariwisata merupakan sektor unggulan dalam pembangunan di Kabupaten Semarang. Berkembangnya wisata di Kabupaten Semarang diikuti juga dengan bertambahnya wisatawan yang berkunjung ke objek-objek wisata, jumlah wisatawan domestik maupun wisatawan asing setiap tahunnya bertambah, data jumlah pengunjung objek wisata di Kabupaten Semarang sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Semarang
Tahun 2013-2017

Tahun	Domestik	Asing	Total
2013	1362777	3683	1366460
2014	1532921	2694	1535615
2015	1668273	3533	1671806
2016	1980259	23924	2004183
2017	2812554	9867	2822421

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah pengunjung objek wisata yang ada di Kabupaten Semarang mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2013 jumlah pengunjung objek wisata mencapai 1.366.460 orang, meliputi wisatawan domestik sebanyak 1.362.777 orang, dan wisatawan asing sebanyak 3.683 orang. Dalam waktu empat tahun pada tahun 2017, jumlah pengunjung objek wisata meningkat secara signifikan dengan jumlah sebanyak 2.822.421 orang, yang terdiri dari wisatawan domestik sebanyak 2.812.554 orang, dan wisatawan asing sebanyak 9.867 orang. Kunjungan wisata tersebut setiap tahunnya selalu didominasi oleh wisatawan domestik, tetapi pada tahun 2016 kunjungan wisatawan asing meningkat pesat dari 3.533 pada tahun 2015 meningkat sebanyak 23.294 pada 2016.

Pada tahun 2017 objek wisata di Kabupaten Semarang yang tercatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS) sebanyak 38, yang terbagi menjadi empat yaitu wisata alam sebanyak 6 objek wisata, wisata budaya sebanyak enam

objek wisata, wisata buatan sebanyak 21 objek wisata, dan wisata minat khusus sebanyak 5 objek wisata. Kabupaten Semarang memiliki berbagai macam objek wisata menarik dan unik untuk dikunjungi sehingga dapat dikembangkan. Wisata buatan di Kabupaten Semarang memiliki jumlah yang paling banyak diantara wisata-wisata lainnya, Kabupaten Semarang yang bersebelahan dengan Kota Semarang mempunyai potensi untuk mengembangkan objek wisatanya karena Kota Semarang adalah Ibukota Jawa Tengah yang pastinya banyak pengunjung berkepentingan untuk melakukan perjalanan ke Kota Semarang. Selain itu pengunjung yang berkunjung ke Kota Semarang akan memanfaatkan kunjungan tersebut melakukan kunjungan wisata. Oleh sebab itu, Kabupaten Semarang memiliki potensi yang baik dalam mengembangkan sektor pariwisata. Terdapat beberapa wisata buatan baru beroperasi pada tahun 2016 yang tercatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sebagai berikut:

Tabel 1.2
Objek Wisata Buatan yang baru terdata pada tahun 2016

No	Nama	Jumlah Pengunjung Objek wisata	
		2016	2017
1	Eling Bening	152.707	184.714
2	Kolam Renang Bumi Lerep Indah	1.050	25.242
3	Tlogo Resort & Goa Rong View	36.874	65.994
4	Agro Wisata Pasanggrahan Watu Gunung	11.463	46.453
5	Agro Wisata Kencana	31.156	2.816
6	Agro Wisata Hortimart	18.806	33.397
7	Wisata Tree TOP Outbound	0	69.446

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2017-2018

Pada Tabel 1.2 menunjukkan ada 7 wisata baru yang beroperasi pada tahun 2016. Pada tahun selanjutnya yaitu 2017, enam wisata diantaranya mengalami kenaikan jumlah pengunjung kecuali Agro Wisata Kencana yang mengalami penurunan jumlah pengunjung secara drastis. Selain itu wisata Eling Bening memiliki tingkat jumlah pengunjung yang paling tinggi diantara tujuh wisata baru yang beroperasi pada tahun 2016 tersebut.

Eling Bening adalah salah satu wisata yang terdapat di Kabupaten Semarang. Di Eling Bening wisatawan disuguhkan dengan pemandangan dari atas dengan hamparan sawah dan pegunungan serta dapat melihat Rawa Pening di sebelah timur Eling Bening. Eling Bening memiliki berbagai fasilitas yang dapat dinikmati oleh pengunjung, antara lain *garden party*, *outbound*, *flying fox*, kolam renang, *play ground*, taman bunga, restoran, mushola, toilet, dan lahan parkir yang luas. Selain itu Eling Bening menyediakan tempat untuk acara-acara besar seperti *prewedding*, pesta ulang tahun, dan *field trip*. Oleh karena itu jumlah pengunjung objek wisata Eling Bening langsung memiliki jumlah pengunjung yang paling banyak pada tahun 2016, dan meningkat pada tahun 2017.

Besarnya pengunjung di Eling Bening dapat mempengaruhi kondisi alam yang ada di sekitar lokasi. Semakin banyaknya jumlah pengunjung tidak selalu membawa dampak positif tetapi juga membawa dampak negatif, seperti pada kebersihan lingkungan dimana masih banyak pengunjung yang membuang sampah tidak pada tempatnya dan kelestarian alam, serta kurang terawatnya fasilitas yang disediakan. Hal semacam ini

apabila tidak segera diatasi akan memberikan dampak yang lebih besar bagi berlangsungnya wisata Eling Bening. Pengunjung akan enggan untuk berkunjung karena kebersihan lingkungan dan kelestarian alam yang kurang baik.

Dalam Al-Qur'an telah di jelaskan pada Surah Ar-Rum ayat 41 dan 42 tentang kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh manusia sendiri.

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ
الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ٤١ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا
كَيْفَ كَانَ عِقَابَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلَ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ ٤٢

Artinya : “Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan oleh perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar). Katakanlah: adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mempersekutukan Allah. (Q.S. Ar-Rum: 41-42)”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia memiliki tugas untuk memanfaatkan, mengelola atau memelihara alam dan lingkungan yang ada. Lingkungan sendiri dapat berfungsi sebagai sumber daya karena dapat menyediakan suatu unsur untuk dapat dikonsumsi ataupun diproduksi. Produksi dan konsumsi tidak akan pernah lepas dari air, udara, darat, lingkungan atau hutan dan lain-lain. Faktor yang sangat penting dalam terjaganya kesediaan air dan udara yang sehat adalah dengan memelihara hutan atau alam. Masalah-masalah lingkungan akan muncul karena adanya pemanfaatan sumber daya alam dan jasa lingkungan secara berlebihan, hal ini akan mengakibatkan banyak masalah yang muncul seperti kelangkaan sumber daya, pencemaran, dan kerusakan lingkungan. Lingkungan dapat

dimanfaatkan potensinya untuk mengembangkan kualitas hidup manusia, seperti media untuk penghasil bahan kebutuhan pokok, sumber energi, dan lain-lain. Dalam hal ini sudah jelas sebagai manusia harus menjaga kelestarian lingkungan hidup dan melakukan pemeliharaan lingkungan agar terciptanya lingkungan yang sehat. Kontribusi nyata yang dapat dilakukan untuk menjaga atau memelihara lingkungan yaitu salah satunya dengan membuang sampah pada tempatnya, selalu menjaga kebersihan, tidak menimbulkan polusi dan lain-lain. Dengan terjaganya lingkungan akan membawa dampak yang besar bagi orang sekitar ataupun makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat seberapa besar nilai *Willingness To Pay* pengunjung wisata untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening. Menurut Hanley dan Splash (1993) *Willingness To Pay* merupakan kesediaan membayar untuk kondisi lingkungan terhadap sumberdaya alam dan jasa dalam upaya memperbaiki kualitas lingkungan itu sendiri. Konsep dari *Willingness To Pay* adalah penilaian ekonomi lingkungan yang dimaksud untuk mendapatkan manfaat dan biaya lingkungan dari kegiatan yang berpengaruh pada lingkungan itu sendiri (Arimurty, 2015). Apabila kualitas lingkungan lebih baik akan mendatangkan manfaat bagi orang-orang yang berkunjung, sedangkan sebaliknya apabila kualitas lingkungan yang buruk akan berdampak berkurangnya nilai manfaat. Untuk tetap menjaga kelestarian alam dan kebersihan lingkungan maka dibutuhkan perbaikan kualitas lingkungan

yang tentunya membutuhkan dana. Masyarakat seharusnya ikut menjaga kebersihan dan kelestarian alam disekitar objek wisata Eling Bening. Sehingga perlu diketahui besarnya kesediaan untuk membayar pengunjung dalam hal perbaikan kualitas lingkungan pada objek wisata Eling Bening di Kabupaten Semarang menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). *Contingent Valuation Method* merupakan metode teknik survei untuk mengetahui nilai atau harga yang harus masyarakat berikan pada komoditi yang tidak memiliki pasar yaitu barang lingkungan (Yakin, 1997).

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Saptutyingsih (2013) tentang Bagaimana Kesediaan Untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata dengan menggunakan metode CVM. Hasil menunjukkan variabel pendapatan dan usia mempunyai pengaruh positif terhadap *Willingness To Pay* dalam upaya untuk perbaikan kualitas lingkungan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman pasca erupsi Merapi, variabel lama pendidikan dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh negatif secara signifikan. Sedangkan variabel biaya kunjungan dan frekuensi kunjungan tidak berpengaruh secara signifikan, sehingga kedua variabel tersebut dikeluarkan dari model regresi.

Penelitian Sari dan Setiartiti (2015) menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM), dengan tujuan mengetahui *Willingness To Pay* untuk perbaikan kualitas pelayanan kereta api. Hasil menunjukkan variabel umur, lama pendidikan, pendapatan, jumlah

tanggung anak, maksud perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay*.

Penelitian yang dilakukan oleh Pantari (2016) bertujuan untuk Perbaikan Kualitas Lingkungan Kebun Raya Dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta dengan menggunakan metode TCM dan CVM. Dengan menggunakan TCM, fasilitas dan biaya perjalanan mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap frekuensi kunjungan, sementara itu usia mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi kunjungan. Sedangkan ketika menggunakan CVM, tingkat pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap WTP, sementara itu frekuensi kunjungan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap WTP untuk perbaikan kualitas lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

Penelitian oleh Saptutyningsih dan Selviana (2017) menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM). Kesiediaan membayar pengunjung pada situs ekowisata yaitu dengan nilai rata-rata Rp6.800,00. Variabel pendidikan dan pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap WTP pengunjung. Variabel yang lainnya tidak memiliki pengaruh signifikan.

Penelitian oleh Adamu, dkk. (2015) membahas tentang ekoturisme di *Yankari, Bauchi Nigeria* dengan menggunakan *Contingent Valuation Method* (CVM). Jumlah nilai rata-rata dari WTP sebesar USD 3.40. Variabel jenis kelamin, umur, pendapatan, dan pendidikan berpengaruh

positif signifikan terhadap WTP, sedangkan jumlah tawaran dan frekuensi kunjungan berpengaruh negatif terhadap WTP.

Penelitian yang dilakukan Iasha, dkk. (2015) menggunakan pendekatan CVM. Menunjukkan variabel harga penawaran berpengaruh negatif terhadap WTP, sedangkan untuk variabel pendapatan, jenis kelamin (laki-laki), dan aksesibilitas mempunyai pengaruh positif terhadap WTP. Nilai WTP rata-rata untuk biaya masuk ke PLP adalah Rp9411,35 (RM2,64) per pintu masuk, hal ini berarti WTP lebih tinggi dari biaya masuk saat ini Rp5000 (RM1.40). Hasil ini memberikan wawasan untuk kemungkinan kenaikan biaya masuk untuk meningkatkan konservasi di PLP.

Penelitian El-Bekkay dan Mounkrim (2013) menggunakan pendekatan CVM dan TCM. Dengan menggunakan CVM, variabel pendapatan, kepuasan pengunjung, waktu kunjungan dan jumlah tanggungan anak mempunyai pengaruh signifikan terhadap WTP pengunjung Ramsar Site. Ternyata kesediaan membayar mempunyai hubungan yang baik dengan beberapa variabel sosio ekonomi pengunjung. Pengunjung yang memiliki penghasilan tinggi dan puas atas kunjungannya mereka bersedia membayar lebih. Rata-rata nilai WTP sebesar 24,523 dirham maroko (\$6,20).

Melihat dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan dan karena banyaknya pengunjung objek wisata Eling Bening, mendorong peneliti untuk lebih mengetahui pengunjung objek wisata Eling Bening apakah bersedia ikut berkontribusi dalam perbaikan dan pengembangan objek

wisata Eling Bening dengan membayar lebih atau *willingness to pay*. Serta variabel-variabel apa saja yang mempunyai pengaruh terhadap *willingness to pay* itu sendiri. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan pertimbangan kepada pihak pengelola dan Pemerintah Daerah dalam pengambilan keputusan terkait dengan optimalisasi, perbaikan kualitas lingkungan dan pemanfaatan objek wisata Eling Bening yang nantinya akan memberikan subsidi pada Pendapatan Daerah di Kabupaten Semarang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Determinan *Willingness to Pay* Pengunjung untuk Perbaikan dan Pengembangan Kualitas Objek Wisata Eling Bening di Kabupaten Semarang”**.

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, masalah yang akan diteliti dibatasi hanya di Kabupaten Semarang pada objek wisata Eling Bening. Selain itu pada penelitian juga membahas mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *willingness to pay* seperti usia, tingkat pendidikan, pendapatan, kesadaran lingkungan pariwisata, kepuasan pengunjung dan tempat asal pengunjung.

C. Rumusan Masalah

Banyaknya jumlah pengunjung yang semakin meningkat akan mempengaruhi kualitas lingkungan dan kurang terjaganya fasilitas yang ada di Eling Bening. Oleh sebab itu, perbaikan kualitas lingkungan harus segera dilakukan. Namun untuk melakukan perbaikan tersebut diperlukan dana yang tidak sedikit sehingga harus mengetahui besarnya nilai *willingness to*

pay pengunjung supaya selanjutnya objek wisata Eling Bening menjadi lebih baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berapa nilai *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening?
2. Bagaimana pengaruh usia terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening?
3. Bagaimana pengaruh pendidikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening?
4. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening?
5. Bagaimana pengaruh kesadaran lingkungan pariwisata terhadap *willingness to pay* pengunjung Objek Wisata Eling Bening?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan pengunjung terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening?
7. Bagaimana pengaruh tempat asal terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan diatas, sehingga tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengukur nilai *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening.
2. Mengetahui pengaruh usia terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening.
3. Mengetahui pengaruh pendidikan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening.
4. Mengetahui pengaruh pendapatan terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening.
5. Mengetahui pengaruh kesadaran lingkungan pariwisata terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening.
6. Mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening.
7. Mengetahui pengaruh tempat asal terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan dan pengembangan kualitas Objek Wisata Eling Bening.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan, dapat diaplikasikan juga ilmu yang didapat secara langsung di lapangan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya untuk dijadikan bahan referensi yang berhubungan dengan *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas objek wisata Eling Bening.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah daerah sebagai informasi untuk perencanaan pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata Eling Bening agar menjadi lebih baik dan berkelanjutan.

b. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui informasi dalam hal penetapan tarif objek wisata Eling Bening.

