

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan kepulauan terbesar di dunia. Indonesia memiliki lebih dari 17.000 pulau, namun hanya sekitar 7.000 pulau yang berpenghuni. Kalimantan, Jawa, Sulawesi, Sumatra dan Papua adalah pulau-pulau utama di Indonesia. Selain itu, Indonesia juga memiliki pulau-pulau kecil seperti Bali, Karimunjawa, Gili dan Lombok yang menjadi tujuan wisata domestik dan internasional. Sebagai negara kepulauan Indonesia memiliki sumber daya yang melimpah. Sumber daya alam adalah anugerah yang diberikan oleh Allah SWT. kepada manusia agar mereka dapat memanfaatkannya dan mengelolanya dengan cara yang baik dan bijaksana untuk membantu meningkatkan kehidupan manusia karena itu perlu dijaga dan dilestarikan. Sumber daya alam di jelaskan dalam Al-Quran surat Al-Furqon ayat 49:

لِنُحْيِيَ بِهِ بَلْدَةً مَّيْتًا وَنُسَوِّيَهُ مِمَّا خَلَقْنَا أَنْعَامًا وَأَنَاسِيَّ كَثِيرًا

Artinya: “Agar Kami menghidupkan dengan air itu negeri yang mati (tandus), dan Kami memberi minum kepada sebagian apa yang telah Kami ciptakan, (berupa) hewan-hewan ternak dan manusia yang banyak”.

Maksud dari Q.S Al Furqon adalah Allah SWT. menghidupkan kembali negeri atau tanah yang mati dengan air. Air ini diperuntukan untuk menumbuhkan pohon atau tanaman, memberikan kehidupan pada ternak dan menyediakan air untuk kebutuhan manusia. Surah Al Furqon ayat 49

juga menekankan pentingnya mengelola dan menggunakan sumber daya alam dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 kepariwisataan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fisik, spiritual, dan kemampuan kognitif setiap pengunjung serta meningkatkan kesejahteraan rakyat. Kebutuhan berwisata yang tinggi membuat banyaknya tempat-tempat wisata baru yang bermunculan. Dengan kemajuan teknologi informasi, sekarang dapat dengan mudah mengetahui lokasi atau peristiwa yang ada di Indonesia, sehingga berujung pada munculnya pariwisata digital. Sebuah strategi efektif untuk mempromosikan berbagai destinasi dan potensi pariwisata di Indonesia melalui berbagai *platform* media sosial seperti *Instagram, tiktok, dan youtube*. Banyaknya tempat-tempat yang menarik ini dapat dikembangkan menjadi tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi jika dikelola dengan baik dan kreatif. Selama ini pariwisata Indonesia memberikan kontribusi pada penerimaan devisa negara setelah minyak dan gas alam. Yang terdiri dari kontribusi langsung terhadap GDP mencapai 4 persen sedangkan kontribusi tidak langsung sebesar 8 persen (Nurmansyah, 2014).

Host dan Guest (1989) membagi jenis pariwisata sebagai berikut: 1). Pariwisata Etnis, juga dikenal sebagai *Etnic Tourism*, berarti melakukan perjalanan untuk menyaksikan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik. 2). Pariwisata Budaya adalah perjalanan untuk mengalami gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia; 3). Pariwisata Rekreasi

(*Recreation Tourism*) adalah perjalanan untuk melakukan kegiatan seperti olahraga, menghilangkan ketegangan, dan berinteraksi dengan orang lain dalam suasana yang santai. 4). Pariwisata Alam (*Eco Tourism*) yaitu perjalanan ke suatu tempat dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi dan menikmati pemandangan flora dan fauna serta kebudayaan yang ada atau pernah hilang di sana. 5). Pariwisata Kota, juga disebut *City Tourism*, adalah perjalanan ke suatu kota untuk menikmati pemandangan, flora dan fauna, serta *vestige* budaya yang ada atau pernah ada disana. 6). *Resort City* adalah kota atau pedesaan yang berfokus pada fasilitas wisata, seperti hotel, restoran, olahraga, hiburan dan tamasya lainnya. 7). Pariwisata Argo (*Argo Tourism*) yang terdiri dari wisata rural dan wisata pertanian, adalah perjalanan untuk mengeksplorasi dan mempelajari aktivitas pertanian, perkebunan, perternakan, dan kehutanan (Saragih et al., 2021).

Indonesia memiliki alam yang indah dan asri meliputi pegunungan, danau, pantai, hutan, sabana, perbukitan, hutan dan lain-lain. Salah satu daerah yang memiliki pemandangan alam yang indah adalah Kabupaten Sleman. Kabupaten Sleman merupakan kabupaten yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Sleman berdekatan dengan Kabupaten Boyolali di sebelah utara; Kabupaten Klaten di sebelah timur; Kabupaten Bantul, Kota Yogyakarta dan Kabupaten Gunung Kidul di sebelah selatan; dan Kabupaten Kulonprogo dan Kabupaten Magelang di sebelah barat. Kabupaten Sleman memiliki berbagai macam objek wisata yang menarik dari tempat bersejarah hingga pemandangan alam. Wisata bersejarah di

Kabupaten Sleman antara lain Museum Gunung Merapi, Situs Ratu Boko, Monumen Jogja Kembali, Candi Prambanan, Candi Ijo, Candi Sambisari, dsb. Jumlah Pengunjung di kawasan wisata Kaliurang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung di Kawasan Wisata Kaliurang Tahun 2022-2023

Objek Wisata	2022	2023
Bukit Klangon	33.175	30.826
Kali Opak Tujuh Bulan	20.675	31.183
Pulesari	40.587	51.485
Pentingsari	10.826	23.824
Ledok Sambi	160.600	168.000

Sumber: Statistik Dinas Pariwisata 2022 & 2023 dan Pengelola Wisata Ledok Sambi

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah pengunjung di kawasan wisata Kaliurang dari tahun 2022 hingga 2023 mengalami peningkatan pengunjung, kecuali objek wisata Bukit Klangon. Jumlah pengunjung yang paling banyak yaitu objek wisata Ledok Sambi sebesar 168.000 pada tahun 2023. Ledok Sambi merupakan desa alami jogja yang terletak di Jalan Kaliurang KM 19,2 Padukuhan Sambi, Desa Pakembinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.



Sumber: Instagram Ledok Sambu

Gambar 1. 1 Wisata Ledok Sambu

Ledok Sambu mempunyai pemandangan alam yang indah karena letaknya yang cukup dekat dengan Gunung Merapi sehingga mampu menghadirkan kesegaran dan ketenangan dengan panorama alam persawahan, pepohonan rindang dan air sungai sungai yang jernih. Selain itu, adanya fasilitas *outbond*, permainan *flying fox* yang akan mampu memberikan nilai tambah pada objek wisata tersebut.

Pada tahun 2004-2019, Ledok Sambu adalah tempat *outbond*. Pada tahun 2020 hingga sekarang menjadi destinasi wisata dengan fasilitas warung, taman bermain, fasilitas *camping* dan *outbond*. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan masih 35% dari total jumlah wisatawan pada tahun 2022, karena pada tahun 2020 kawasan wisata ini baru dibuka. Jumlah wisatawan

yang datang pada tahun 2022 meningkat sekitar 25% dibandingkan tahun 2021.

Tabel 1. 2 Jumlah Wisatawan Ledok Sambu per bulan Tahun 2022-2023

Bulan	2022	2023
Januari	17.600	19.000
Februari	14.200	13.500
Maret	6.000	10.800
April	200	10.200
Mei	17.000	18.000
Juni	18.000	21.000
Juli	16.000	16.000
Agustus	12.400	8.000
September	12.000	11.000
Oktober	14.200	10.000
November	13.000	10.500
Desember	20.000	20.000
Jumlah total	160.600	168.000

Sumber: Pengelola Wisata Ledok Sambu

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah pengunjung mencapai 160.600 pada tahun 2022 dan 168.000 pada tahun 2023. Jumlah pengunjung paling sedikit di tahun 2022 adalah 200 orang di bulan April, jumlah pengunjung paling sedikit di tahun 2023 adalah 8.000 orang di bulan Agustus. Sedangkan jumlah pengunjung paling banyak di tahun 2022 adalah 20.000 orang di bulan Desember, yang sama dengan jumlah pengunjung paling banyak di tahun 2023.

Adanya potensi pariwisata memberikan dampak positif dari perspektif ekonomi dan perspektif sosial. Dari perspektif ekonomi sektor pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan

ekonomi di Indonesia, seperti peningkatan pendapatan bagi masyarakat, penambahan devisa negara, pertambahan pendapatan daerah dari hasil pajak sehingga pertumbuhan ekonomi terjadi (S.Wibowo et al., 2017). Dari perspektif sosial adanya sektor pariwisata disuatu tempat akan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar karena terbukanya lapangan pekerjaan. Selain itu, tingkat pendidikan yang semakin baik (Hamzah et al., 2018).

Menurut Idris (2018) Barang publik didefinisikan sebagai barang yang memiliki kegunaan yang dapat dinikmati tanpa batas dan yang tidak membutuhkan biaya untuk diperoleh. Barang publik juga didefinisikan sebagai barang yang apabila dikonsumsi oleh seseorang, tidak akan mengurangi konsumsi barang lain. Barang publik memiliki dua sifat yaitu *non-rival* dan *non-excludable*. *Non-rival* artinya penggunaan suatu produk tidak mengurangi kuantitas produk dan tidak ada persaingan antar konsumen untuk menikmati produk. Sedangkan *non-excludable* artinya suatu barang yang dapat dibeli dan digunakan oleh siapa saja.

Menurut Pearce & Moran (1994) tempat wisata termasuk kedalam barang publik sebab, tempat wisata tidak mempunyai nilai pasar, maka penelitian terhadap tempat wisata dilakukan dengan menggunakan metode biaya perjalanan (Putri & Iwan, 2019). Metode *Travel Cost* diterapkan dengan menggunakan informasi mengenai jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu perjalanan ke tempat rekreasi untuk memperkirakan besarnya

manfaat yang diperoleh dari upaya perubahan kualitas, kuantitas lingkungan (Saptutyningasih & Ningrum, 2017).

Travel Cost Method adalah metode penilaian tingkat manfaat dari upaya perubahan kualitas lingkungan tempat wisata tersebut dengan menggunakan data hasil wawancara atau kuisioner yang meliputi jumlah uang atau biaya yang dikeluarkan dan waktu yang dihabiskan dalam perjalanan menuju tempat wisata tersebut. *Travel Cost Method* merupakan metode penilaian ekonomi berbasis permintaan tidak langsung untuk memperkirakan nilai guna tempat hiburan. Metode ini telah banyak digunakan untuk memperkirakan nilai ekonomi yang terkait dengan sumber daya ekosistem alam seperti taman, pantai, hutan alam, sungai yang digunakan untuk memancing, atau kawasan lain yang menjadi tempat kegiatan rekreasi luar ruangan (H. Wibowo, 2021). Ada dua jenis TCM, yaitu Metode Biaya Perjalanan Zona (ZTCM) dan Metode Biaya Perjalanan Individu (ITCM).

Mengukur nilai tempat hiburan di suatu area menggunakan ZTCM dengan mengkalikan rata-rata biaya yang dikeluarkan selama berkunjung ke suatu area dengan jumlah total kunjungan ke suatu area tersebut. Sementara itu, untuk mengukur nilai tempat hiburan dengan ITCM dengan memperhitungkan biaya (misalnya biaya perjalanan, biaya waktu, biaya tiket masuk pariwisata, biaya peralatan pariwisata) yang dihasilkan oleh individu selama aktivitas rekreasi, mempertimbangkan karakteristik sosial

ekonomi masing-masing individu seperti pendapatan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan usia (H. Wibowo, 2021).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa, pada model *linier* dan *log-log*, persepsi fasilitas mempengaruhi jumlah kunjungan ke pantai Goa Cemara, tetapi pada model semi-log biaya perjalanan tidak mempengaruhi jumlah kunjungan ke pantai (Saptutyingsih & Ningrum, 2017).

Penelitian lain menghasilkan bahwa variabel biaya perjalanan dan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kunjungan wisata. Hal ini dikarenakan semakin besar biaya perjalanan yang dikeluarkan maka semakin kecil jumlah kunjungan dan total biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung relatif lebih murah jika mereka tidak membeli souvenir (Cahyana et al., 2022).

Variabel pendidikan, umur, dan lamanya kunjungan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap jumlah kunjungan. Nilai koefisien dari variabel biaya, jumlah tanggungan, keluarga dan jumlah rombongan bernilai negatif. Nilai ekonomi berdasarkan TCM mencapai Rp3.272.524.846,00/tahun. wisatawan yang berasal dari Tangerang 79.55% menjadi penyumbang terbesar dari nilai ekonomi (Budi Setyawan et al., 2020).

Variabel biaya perjalanan dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan di Pantai Menganti. Jumlah kunjungan dipengaruhi oleh variabel akses dan fasilitas yang berpengaruh signifikan positif. Surplus konsumen sebesar Rp2.971.348,37,00. Nilai ekonomi

sebesar Rp1.366.820.250.200,00 per tahun. Nilai WTP pengunjung sebesar Rp30.714,00 kemudahan akses, penambahan dan perawatan fasilitas sangat dianjurkan karena diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi objek wisata Pantai Menganti (Ayuditya & Khoirudin, 2022).

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan seseorang adalah biaya perjalanan, pengeluaran, dan *dummy* kualitas lingkungan. Sedangkan tingkat pendidikan, usia dan *dummy* substitusi tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan seseorang ke objek wisata Pantai Baron. Objek wisata lain kawasan Pantai Baron memiliki nilai ekonomi tahunan sebesar Rp560.182.653.564,00 dengan surplus konsumen per kunjungan sebesar Rp282.531,00 (H. Wibowo, 2021).

Penelitian yang dilakukan menghasilkan perkiraan koefisien biaya perjalanan yang diperoleh baik untuk ITCM dan ZTCM negatif. Hasil ini konsisten dengan teori permintaan. Artinya, kunjungan ke museum berkorelasi negatif dengan biaya perjalanan. Variabel lain yang berbeda dari biaya perjalanan tampaknya tidak representatif, sehingga usia, pendapatan, atau pendidikan tidak mempengaruhi fungsi permintaan (Torres-Ortega et al., 2018).

Penelitian lain menghasilkan variabel biaya perjalanan, pendapatan, dan jarak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah kunjungan. Sedangkan variabel jenis kelamin, umur, pendidikan, dan waktu tidak signifikan berpengaruh. Nilai potensial ekonomi dari Untung Jawa adalah Rp68.505.101.600,00 per tahun (Zulpikar et al., 2017).

Penelitian dengan *Travel Cost Method* yang menghasilkan bahwa faktor-faktor yang menentukan frekuensi kunjungan ke hutan kota adalah biaya, usia, profesi, jenis kelamin, dan kepuasan pengunjung, sementara itu, mengunjungi taman nasional dipengaruhi oleh biaya perjalanan, umur, pendapatan dan jumlah kunjungan. Metode TCM yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan keuntungan ekonomi total Hutan Kota Srengseng sebesar RM0,44 juta per tahun dan total surplus konsumen Taman Nasional Pahang sebesar RM15,3 juta (Solikin et al., 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat tiket masuk Museum Sangiran secara keseluruhan adalah Rp728.013.743,7 dengan peningkatan manfaat tahunan sebesar Rp300,00 menjadi Rp532.788.743,00. Log-log adalah bentuk fungsi model empiris yang paling cocok untuk penelitian ini. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel pendidikan, pendapatan, jarak, umur dan biaya perjalanan signifikan (Raharjo & Gravitiani, 2012).

Objek Wisata Ledok Sambu memiliki daya tarik dan potensi wisata yang signifikan sehingga penting untuk mengetahui valuasi ekonominya untuk mengoptimalkan pengelolaan dan promosi destinasi wisata serta memberikan pemahaman tentang kontribusi ekonomi dari destinasi wisata terhadap perekonomian lokal. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Travel Cost Method* untuk mengetahui nilai ekonomi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke Ledok Sambu. Berdasarkan gambaran umum diatas maka peneliti ingin melakukan

penelitian dengan judul “Analisis Valuasi Ekonomi Wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman Menggunakan Metode *Travel Cost*”.

B. Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka perumusan masalah adalah

1. Berapa nilai ekonomi dari wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman?
2. Apakah biaya perjalanan mempengaruhi jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman?
3. Apakah pendapatan mempengaruhi jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman?
4. Apakah usia pengunjung mempengaruhi jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman?
5. Apakah fasilitas mempengaruhi jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman?
6. Apakah sosial media mempengaruhi jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi kabupaten Sleman?

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengukur besarnya nilai ekonomi dari wisata Ledok Sambi
2. Menganalisis pengaruh biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman

3. Menganalisis pengaruh pendapatan terhadap jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman
4. Menganalisis pengaruh usia terhadap jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman
5. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap jumlah kunjungan ke wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman
6. Menganalisis pengaruh sosial media terhadap jumlah kunjungan wisata Ledok Sambi Kabupaten Sleman

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh antara lain:

1. Bagi Pemerintah

Membantu pemerintah dan pemangku kepentingan memahami nilai ekonomi atraksi wisata dengan menghitung kontribusi mereka terhadap ekonomi lokal atau nasional. Penilaian ekonomi dari tempat wisata alam dapat mendukung pelestarian lingkungan dan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan.

2. Bagi Pengelola Wisata

Data valuasi ekonomi dapat membantu perencanaan dan pengelolaan wisata yang lebih baik, termasuk strategi promosi, pembagian sumber daya dan pengembangan infrastruktur.

3. Bagi Investor

Membantu para investor untuk membuat keputusan dalam memberikan modalnya sebagai bahan pertimbangan investasi.

4. Bagi Akademis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan atau referensi bagi pihak lain yang melakukan penelitian lebih lanjut dengan konsep yang serupa.

5. Bagi Penulis

Memberikan pengetahuan baru dan menjadi literatur mengenai penelitian tentang nilai ekonomi objek wisata dan factor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata.