

16

ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA ALAM CURUG SEWU, KABUPATEN KENDAL DENGAN PENDEKATAN *TRAVEL COST*

Irma Afia Salma dan Indah Susilowati

Abstract

The objective of this research is to assess economic value from visitors of Curug Sewu Resort, in Kendal Regency by Individual Travel Cost Method (ITCM). Curug Sewu is chosen due to high potency for recreation demand.

Regression analysis was involved in this study with specification of number of visit as dependent variable and six variables as independent variables. Variable of travel cost to Curug Sewu consist of transportation cost, consumption cost, ticket, parking cost, documentation, and other cost, travel cost to another site (Rp), variable of age (year), variable of education (year), variable of income (Rp), and variable of distance (Km).

The economic value of Curug Sewu is estimated by consumer surplus of visitor which accounted for Rp896,734.9 for each individual in a year or Rp224,198.7 each individual visit, and total economic value (TEV) of Curug Sewu amounting to Rp12,377,025,750,- (consumer surplus of each individual visit multiplied with the number of visitors in the year of 2003). The benefit of the Curug Sewu was Rp224.198.7,- for each individual visit. This number is still higher than the average expenditure of visitor (Rp87,652.-). Thereafter, Curug Sewu should be developed and managed properly.

Key-words: Demand, Travel Cost, Economic Value, Consumer Surplus, Natural Site

Abstraksi

Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Wisata Alam Curug Sewu, Kab. Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*). Wisata Alam Curug Sewu dipilih karena potensi wisata yang dimilikinya tergolong tinggi, akan tetapi tidak didukung dengan kemudahan akses untuk mencapai lokasi wisata.

Alat analisis dalam penelitian regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen yaitu variabel travel cost ke Curug Sewu (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain), variabel biaya ke objek wisata lain (Rp), variabel umur (tahun), variabel pendidikan (tahun), variabel penghasilan (Rp), dan variabel jarak (km).

Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp896.734,9,- per individu per tahun atau Rp 224.198,7,- per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung nilai total ekonomi Wisata Alam Curug Sewu sebesar Rp12.377.025.750,- (nilai surplus konsumen per individu per tahun dikalikan dengan

jumlah pengunjung tahun 2003). Kemampuan membayar masyarakat atas Wisata Alam Curug Sewu adalah Rp224.198,7,- per individu per kunjungan masih jauh diatas harga pengeluaran rata-rata yaitu Rp87.652,-. Untuk itu pengembangannya agar lebih ditingkatkan lagi selain dalam hal pengelolaan juga dalam hal pengoptimalan potensi yang dimiliki.

Kata kunci: Permintaan, Metode Biaya Perjalanan Individu, Nilai Ekonomi, Surplus Konsumen, Objek Wisata Alam

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor yang sangat kompleks karena pariwisata bersifat multidimensi, baik fisik, sosial budaya, ekonomi, dan politik. Selain itu kegiatan pariwisata sebagai kegiatan matarantai akan melibatkan berbagai sektor dan lembaga yang terkait. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya.

Kecenderungan perkembangan dunia pariwisata mulai meninggalkan konsep pariwisata massal dan mengarah kepada konsep pariwisata lingkungan (*ecotourism*), dimana keaslian potensi kekayaan alam dan peran serta masyarakat setempat dibutuhkan. Indonesia yang merupakan negara yang memiliki potensi kekayaan alam yang berlimpah ruah mempunyai peranan yang sangat penting bagi pengembangan kepariwisataan terutama wisata alam.

Penilaian terhadap suatu kawasan wisata memiliki peranan yang dapat menentukan pengembangan dari tempat wisata itu sendiri yang mencakup berbagai faktor yang berkaitan dengan nilai sosial dan politik. Menurut Ward et.al, 2000 (dalam Rahardjo) metode penilaian khususnya untuk mengukur nilai ekonomi wisata alam yang paling banyak dipakai adalah Travel Cost Method (TCM). Metode ini menduga nilai ekonomi kawasan wisata berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat terhadap kenikmatan yang tidak ternilai (dalam rupiah) dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata, baik itu opportunity cost maupun biaya langsung yang dikeluarkan seperti biaya transportasi, konsumsi makanan, minuman, hotel, tiket masuk dan sebagainya.

Tinjauan Pustaka

Permintaan

Menurut McEachern (2000) permintan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Sedangkan menurut Nopirin permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain diasumsikan tetap (Samuelson, 1998). Sehingga semakin tinggi harganya, semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya, semakin tinggi jumlah barang yang diminta (McEachern, 2000).

Beberapa faktor permintaan selain harga menurut Mc.Eachern (2000), adalah sebagai berikut:

▪ **Pendapatan.**

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

▪ **Selera dan Preferensi..**

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.

▪ **Harga Barang-barang yang Berkaitan.**

Substitusi dan komplementer. Substitusi dan komplementer dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika barang X dan Y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang Y turun sedangkan harga barang X tetap, konsumen akan membeli barang X lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang X dan Y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, di mana penurunan harga barang Y akan menaikkan permintaan barang X dan kenaikan harga barang Y akan menurunkan permintaan barang X.

▪ **Perubahan Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan.**

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10 persen per tahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif pada sumbu vertikal).

▪ **Penduduk.**

Seringkali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian (dengan pendapatan per kapita konstan) menggeser permintaan pasar ke kanan. Ini berlaku untuk sebagian besar barang.

Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan, tarif hidup, dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.

James J. Spillane (1989) dalam Badrudin (2000) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mencari kepuasan, mencari sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata, menurut James J. Spillane (1989) dalam Badrudin (2000) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik *customer* untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

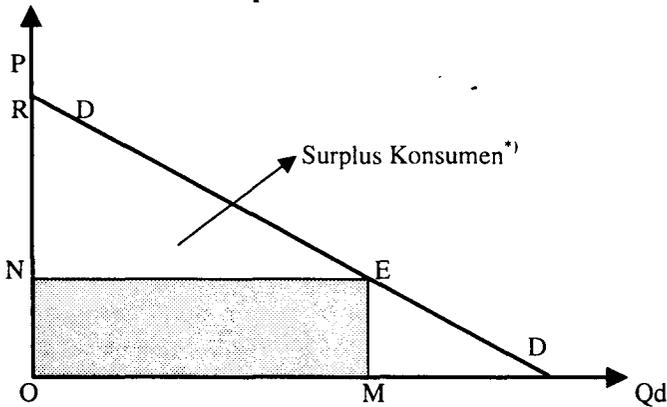
- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)
Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, untuk mengendorkan ketegangan syarafnya, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan, dan sebagainya.
- b. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)
Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.
- c. Pariwisata untuk Kebudayaan (*cultural tourism*)
Jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.
- d. Pariwisata untuk Olahraga (*sports tourism*)
Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri.
- e. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*)
Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.
- f. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)
Banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang *convention tourism*.

Valuasi Ekonomi

Secara umum dapat didefinisikan bahwa valuasi ekonomi pada dasarnya adalah suatu upaya untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan terlepas dari apakah nilai pasar (*market value*) tersedia atau tidak (Susilowati, 2002). Akar dari konsep penilaian ini sebenarnya berdasarkan pada ekonomi neoklasikal (*neoclassical economic theory*) yang menekankan pada kepuasan atau keperluan konsumen. Berdasarkan pemikiran neoklasikal ini dikemukakan bahwa penilaian setiap individu pada barang dan jasa tidak lain adalah selisih antara keinginan membayar (*willingness to pay = WTP*), dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut.

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan kesediaan untuk membayar (Samuelson dan Nordhaus, 1990). Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab timbulnya surplus konsumen, karena konsumen membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama (Samuelson dan Nordhaus, 1990).

Gambar 1
Surplus Konsumen



*) Total Surplus Konsumen adalah bidang di bawah kurva permintaan dan di atas garis harga

Sumber : Djijono, 2002

Keterangan:

OREM = Total utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total Nilai surplus konsumen

Total economic Value (TEV) pada dasarnya sama dengan net benefit yang diperoleh dari sumber daya alam, namun didalam konsep ini nilai yang dikonsumsi oleh seorang individu dapat dikategorikan ke dalam dua komponen utama *use value* dan *non-use value* (Susilowati, 2002).

Komponen pertama, yaitu *use value* pada dasarnya diartikan sebagai nilai yang diperoleh seorang individu atas pemanfaatan langsung dari sumber daya alam dimana individu berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan lingkungan. *Use value* secara lebih rinci diklasifikasikan kembali kedalam *direct use value* dan *indirect use value*. *Direct use value* merujuk pada kegunaan langsung dari konsumsi sumber daya seperti penangkapan ikan, pertanian. Sementara *indirect use value* merujuk pada nilai yang dirasakan secara tidak langsung kepada masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Termasuk di dalam kategori *indirect use value* ini misalnya fungsi pencegahan banjir dan *nursery ground* dari suatu ekosistem (misalnya *mangrove*).

Komponen kedua, *non-use value* adalah nilai yang diberikan kepada sumber daya alam atas keberadaannya meskipun tidak dikonsumsi secara langsung. *Non-use value* lebih bersifat sulit diukur (*less tangible*) karena lebih didasarkan pada preferensi terhadap lingkungan ketimbang pemanfaatan langsung. Secara detail kategori *non-use value* ini dibagi kedalam *sub-class* yaitu *existence value*, *Bequest value* dan *option value*. *Existence value* pada dasarnya adalah penilaian yang diberikan dengan terpeliharanya sumber daya alam dan lingkungan. *Bequest value* diartikan sebagai nilai yang diberikan oleh generasi kini dengan menyediakan atau mewariskan (*bequest*) sumber daya untuk generasi mendatang (mereka yang belum lahir). Sementara *option value* lebih diartikan sebagai nilai pemeliharaan sumber daya sehingga pilihan untuk memanfaatkan untuk masa yang akan datang tersedia. Nilai ini merujuk pada nilai barang dan jasa dari sumber daya alam

yang mungkin timbul sehubungan dengan ketidakpastian permintaan di masa yang akan datang.

Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Konsep dasar dari metode *travel cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999). Itulah yang disebut dengan *willingness to pay (WTP)* yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.

Terdapat beberapa pendekatan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan melalui metode *travel cost* menurut Garrod dan Willis (1999), yaitu:

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zonal travel cost approach*), menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal.
2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*), menggunakan survei data dari para pengunjung secara individu.

Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*) biasanya dilaksanakan melalui survey kuesioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan ke lokasi wisata, kunjungan ke lokasi wisata yang lain (*substitute sites*), dan faktor-faktor sosial ekonomi (Suparmoko, 1997). Data tersebut kemudian digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dihitung.

Metode ini telah banyak dipakai dalam perkiraan nilai suatu taman rekreasi dengan menggunakan berbagai variabel (Suparmoko, 2000). Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung taman, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung taman rekreasi tersebut mengenai jarak tempuh mereka ke lokasi taman rekreasi tersebut, biaya perjalanan yang dikeluarkan, lamanya waktu yang digunakan, tujuan perjalanan, tingkat pendapatan rata-rata, dan faktor sosial ekonomi lainnya.

Metodologi

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Alam Curug Sewu yang melakukan rekreasi dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga berdasarkan *rule of thumb* diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden karena dianggap mendekati kurva normal. Sedangkan metode sampling yang digunakan adalah *quoted accidental sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang (ditujukan kepada siapa saja yang ditemui di lokasi) namun dibatasi jumlahnya.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan spesifikasi jumlah kunjungan tempat Wisata dipengaruhi oleh biaya perjalanan pengunjung (transportasi, tiket, parkir, konsumsi, dokumentasi, dll), biaya perjalanan ke objek wisata yang lain yaitu Simpang Lima, umur pengunjung, pendidikan, penghasilan per bulan, dan jarak, sehingga diformulasikan sebagai berikut:

$$JKwst_i = f(Bpj_i, BpjWl_i, Um_i, Pdk_i, Phs_i, Jrk_i)$$

Keterangan:

- JKwst = Jumlah kunjungan Wisata Alam Curug sewu
 Bpj_i = Biaya perjalanan tempat wisata berupa biaya transportasi, biaya konsumsi, karcis masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain
 BpjWl = Biaya Perjalanan ke objek wisata lain
 Um_i = Umur pengunjung
 Pdk_i = Pendidikan dari para pengunjung
 Phs_i = Penghasilan rata-rata sebulan dari para pengunjung
 Jrk_i = Jarak tempat tinggal pengunjung dengan Curug Sewu

Selain itu variabel waktu luang per minggu, anggaran rekreasi selama sebulan, kelompok kunjungan, tujuan kunjungan, lama perjalanan, dan lama kunjungan merupakan variabel yang tidak dimasukkan dalam model.

Tabel 1
Definisi dan skala pengukuran variabel

Variabel	Definisi	Skala Pengukuran
Jumlah Kunjungan	Banyaknya kunjungan yang dilakukan individu selama 12 bulan terakhir ke Wisata Alam Curug Sewu	Dalam Frekuensi Kekerapan
Travel Cost (biaya Perjalanan)	Biaya yang dikeluarkan pengunjung selama di Curug Sewu (biaya Transportasi, tiket, parkir, konsumsi, dokumentasi, dll)	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan Rupiah)
Biaya Objek Wisata Lain	Biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk mengunjungi objek wisata lain yang telah ditentukan (Objek Wisata Simpang Lima)	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan rupiah)
Umur	Umur pengunjung	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan tahun)
Pendidikan	Jenjang pendidikan yang ditamatkan oleh pengunjung	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan tahun)
Penghasilan per bulan	Penghasilan atau uang saku rata-rata per bulan yang diperoleh pengunjung	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan rupiah)
Jarak	Jarak rumah pengunjung dengan Wisata Alam Curug Sewu	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan kilometer)
Waktu Luang per minggu	Waktu libur dalam seminggu	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan hari)
Anggaran Rekreasi	Anggaran yang dialokasikan untuk keperluan rekreasi dalam sebulan	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan rupiah)
Kelompok Kunjungan	Kunjungan pengunjung secara individu, keluarga, rombongan atau bersama teman	Variabel ini diukur dengan skala dummy (1=dgn keluarga, 2=dgn teman dan rombongan, 0=sendiri)

Variabel	Definisi	Skala Pengukuran
Tujuan Kunjungan	Tujuan berkunjung ke Wisata Alam Curug Sewu, untuk rekreasi, olahraga, dan lain-lain	Variabel ini diukur dengan skala dummy (1=rekreasi dan olahraga, 0=lainnya)
Lama Perjalanan	Total waktu yang dibutuhkan pengunjung menuju dan meninggalkan Wisata Alam Curug Sewu	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan menit)
Lama Kunjungan	Waktu yang dihabiskan pengunjung di Wisata Alam Curug Sewu	Variabel ini diukur dengan skala kontinyu (dalam satuan menit)

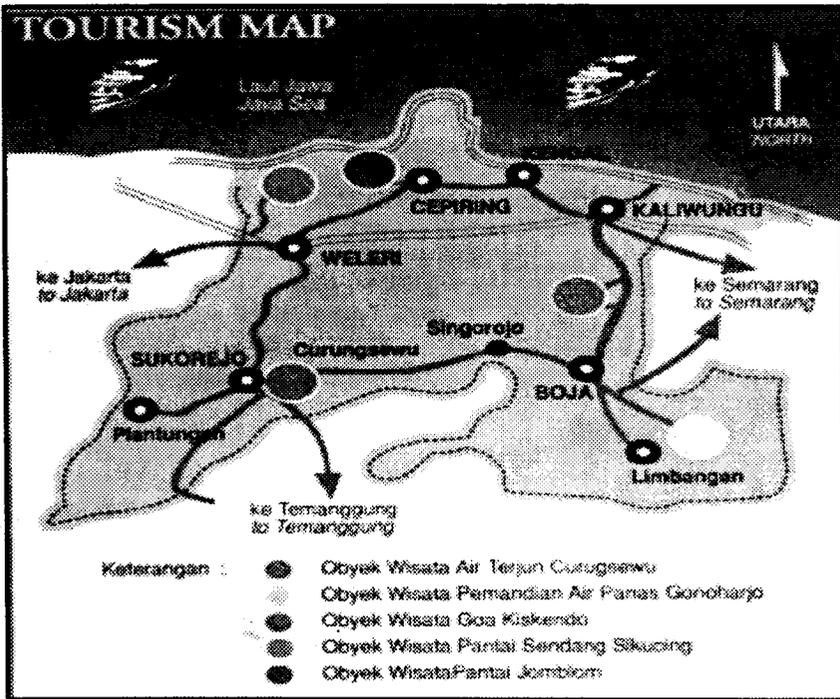
Hasil Dan Pembahasan

Gambaran Objek Wisata

Wisata Alam Curug Sewu terletak di Dukuh Curug Sewu, Kelurahan Patean, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Kendal. Wisata alam Curug Sewu merupakan salah satu objek wisata dengan konsep rekreasi keluarga yang banyak dikunjungi dan merupakan salah satu primadona pariwisata di Kabupaten Kendal serta merupakan kawasan yang telah berkembang sebagai suatu kawasan wisata, dengan potensi alam yang sangat indah, dengan komponen fisik yang terbentuk dari pegunungan, bukit, hutan dan air terjun, dengan kondisi udara yang sangat segar dan sejuk sehingga sangat menunjang bagi kegiatan-kegiatan rekreasi alam.

Potensi yang paling dominan yang dimiliki Wisata Alam Curug Sewu adalah pemandangan dari atas pegunungan yang sangat indah serta adanya daya tarik keistimewaan air terjun Curug Sewu yang memiliki total ketinggian 70 meter yang terdiri dari tiga terjunan, masing-masing memiliki ketinggian 45 meter, 15 meter, dan 20 meter terlihat sangat indah dan menawan untuk dipandang. Selain itu air terjun Curug Sewu merupakan air terjun tertinggi di propinsi Jawa Tengah. Dengan potensi yang dimiliki tersebut menyebabkan sektor kepariwisataan di kawasan tersebut memiliki kecenderungan untuk berkembang dengan pesat.

Gambar 2 Lokasi Penelitian



Hasil Estimasi Model Permintaan: *Travel Cost*

Dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel travel cost ke Curug Sewu dan variabel jarak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah kunjungan Curug Sewu dipengaruhi oleh variabel biaya perjalanan ke Curug Sewu dan Jarak. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke Simpang Lima, variabel umur, variabel pendidikan, dan variabel penghasilan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel jumlah kunjungan. Hal ini disebabkan keunikan pengunjung Curug Sewu, dimana variabel biaya perjalanan ke Simpang Lima tidak berpengaruh secara signifikan karena ketidakidentikan kedua objek wisata. Berdasarkan nilai koefisiennya yang negatif berarti Wisata Alam Curug Sewu dan Objek Wisata Simpang Lima adalah barang komplementer. Jadi selain berkunjung ke Curug Sewu, masyarakat juga berkunjung ke Simpang Lima. Sedangkan variabel umur, variabel pendidikan dan variabel penghasilan tidak berpengaruh secara signifikan dimungkinkan karena bervariasinya umur, pendidikan, dan penghasilan pengunjung Curug Sewu.

Tabel 2
Ringkasan Indikator Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mini- mum	Maxi- mum	Mean	Std. Deviation
Jumlah kunjungan	92	1	12	3,58	2,76
Travel Cost di Curug Sewu (TC-CS)	92	3500	454000	87652,17	97340,25
Travel Cost di Simpang Lima (TC-SL)	92	2000	400000	83592,39	61709,21
Umur	92	12	52	24,33	6,80
Pendidikan	92	6	17	11,70	3,18
Penghasilan (uang saku) per bulan	92	30000	2000000	561847,83	370251,41
Jarak	92	0	250	41,10	41,32
Waktu luang	92	26	132	80,83	29,81
Dana Rekreasi per bulan	92	5000	150000	42608,70	32635,84
Kelompok kunjungan	92	0	2	1,80	0,43
Tujuan	92	0	1	0,87	0,34
Waktu Perjalanan	92	8	960	194,30	139,73
Waktu Rekreasi	92	60	480	190,43	86,89

Keterangan: Biaya perjalanan (*Travel Cost*) adalah jumlah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk keperluan karcis masuk, transportasi, konsumsi, serta pengeluaran rekreasi yang berupa dokumentasi dan oleh-oleh.

Sumber : Output hasil estimasi

Tabel 3
Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

Variabel	Koefisien	t	Signifikansi
Konstanta	5,545	3,871	0,000 (S)
TC-CS	-8,392E-06	-2,843	0,006 (S)
TC-SL	-3,416E-06	-0,776	0,440 (TS)
Umur	-2,257E-02	-0,511	0,610 (TS)
Pendidikan	-7,450E-03	-0,075	0,941 (TS)
Penghasilan	1,155E-06	1,268	0,208 (TS)
Jarak	-2,337E-02	-3,281	0,002 (S)

Fstat = 4,293 (probabilitas signifikansi = 0,001)
 R^2 = 0,178
 N = 92

Keterangan: S = Signifikan
 TS = Tidak Signifikan
 TC-CS = Travel Cost dari CurugSewu
 TC-SL = Travel Cost dari Simpang Lima

Sumber : Output Estimasi

Dari hasil penghitungan regresi menunjukkan konsistensi terhadap teori bahwa biaya perjalanan (*travel cost*) memberikan tanda negatif. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen (yaitu pengunjung Curug Sewu) memilih untuk lebih banyak melakukan kunjungan wisata pada biaya perjalanan yang lebih rendah sebagaimana hubungan antara harga dan jumlah barang yang dibeli (hukum permintaan dalam teori ekonomi).

Variabel biaya perjalanan di objek wisata lain yang dalam hal ini dipilih Simpang Lima, menunjukkan tanda negatif yang berarti terjadi hubungan komplementer antar kedua barang.

Variabel penghasilan per bulan menunjukkan tanda positif, yang berarti semakin tinggi penghasilan seseorang maka semakin tinggi jumlah kunjungan Wisata Alam Curug Sewu sebagaimana hubungan antara jumlah permintaan dan pendapatan (*income*) dalam teori permintaan. Hal ini berarti bahwa Curug Sewu merupakan barang normal. Akan tetapi karena nilainya yang sangat kecil ($-0,000001155$) maka Curug Sewu merupakan barang normal yang cenderung inferior.

Valuasi Ekonomi

Secara spesifik fungsi permintaan yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$JK_{Kunj} = 5,545 - 0.000008392 TC_{CS} - 0.000003416 TC_{SL} - 0.02257 \text{ Umur} - 0.00745 \text{ Pendidikan} + 0.000001155 \text{ Penghasilan} - 0.02337 \text{ Jarak} + e$$

Selanjutnya, fungsi permintaan hasil perhitungan regresi digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghitung surplus konsumen per individu per tahun digunakan perhitungan integral dengan batas atas adalah biaya perjalanan tertinggi dan batas bawah adalah minimum biaya perjalanan. Dari data diperoleh bahwa biaya perjalanan tertinggi adalah Rp 454.000,- dan terendah adalah Rp 3.500,- (harga tiket masuk).

Dari perhitungan integral diperoleh surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 896.734,9 atau Rp 224.198,7 per individu per satu kali kunjungan. Kemudian untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka nilai surplus konsumen per individu dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2003 yaitu sebesar 51.934 pengunjung, sehingga diperoleh total nilai ekonomi Wisata Alam Curug Sewu adalah Rp 12.377.025.750,-

Kesimpulan Dan Saran

Dari keenam variabel yang diamati hanya dua variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan dan variabel jarak. Hal ini disebabkan keunikan pengunjung Curug Sewu, dimana variabel biaya perjalanan ke Simpang Lima tidak berpengaruh secara signifikan karena ketidakidentikan kedua objek wisata. Berdasarkan nilai koefisiennya yang negatif berarti Wisata Alam Curug

Sewu dan Objek Wisata Simpang Lima adalah barang komplementer. Variabel umur, variabel pendidikan dan variabel penghasilan tidak berpengaruh secara signifikan dimungkinkan karena bervariasinya umur, pendidikan, dan penghasilan pengunjung Curug Sewu.

Surplus konsumen sebesar Rp 224.198,7 per individu per kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh konsumen yaitu pengunjung Curug Sewu, masih jauh di atas harga pengeluaran perjalanan yaitu Rp 87.652 per kunjungan. Hal ini berarti Objek Wisata Alam Curug Sewu memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan terhadap para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Curug Sewu. Walaupun akses untuk mencapai Curug Sewu tidak

mudah, akan tetapi masyarakat masih memberikan apresiasi yang cukup besar dilihat dari nilai surplus konsumennya.

Pada dasarnya penelitian ini ingin memberikan penilaian yang terukur dari pengembangan lingkungan. Hal ini penting untuk memutuskan keuntungan dan kerugian dari suatu pemanfaatan sumber daya alam. Dalam kaitannya dengan nilai total ekonomi Curug Sewu, dapat dikatakan bahwa Wisata Alam Curug Sewu memiliki nilai ekonomi yang tinggi atas pemanfaatan sumber daya alam sebagai objek wisata. Walaupun berbagai permasalahan yang menjadi penghambat pengembangan Wisata Alam Curug Sewu, akan tetapi terbukti bahwa Curug Sewu masih memiliki nilai ekonomi yang tinggi untuk dikembangkan.

Berdasarkan nilai koefisien variabel penghasilan yang positif dapat disimpulkan bahwa Curug Sewu merupakan barang normal, sehingga semakin tinggi penghasilan pengunjung akan semakin besar jumlah kunjungannya ke Curug Sewu. Akan tetapi karena nilainya yang terlalu kecil maka Curug Sewu merupakan barang normal yang cenderung inferior, dimana semakin tinggi penghasilan pengunjung maka ia akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu investasi yang dilakukan di Curug Sewu perlu untuk dilakukan, tetapi jangan terlalu berlebihan karena tidak akan memberikan perubahan yang tinggi terhadap jumlah kunjungan. Selain tingkat prestise, investasi yang besar terhadap Curug Sewu akan menaikkan harga untuk berkunjung ke Curug Sewu menjadi tinggi sehingga akan menurunkan jumlah kunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi Badrudin, 2000, *Pariwisata Indonesia Menuju World Class Tourism.*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen
- Dijijono, 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wisata Wan AbdulRachman, Propinsi Lampung*, Makalah Pengantar Falsafah sains (PPS702), http://rudycr.tripod.com/sem_023/adnan_wantasem.htm
- Garrod, Guy and Kenneth G. Willis, 1999. *Economic Valuation of The Environment; Methods and Case Studies*, Edward Elgar Publishing Limited , United Kingdom
- Georgiou, Stavros, *et.al.*, 1997, *Economic Values and The Environment in The Developing World* , Edward Elgar Publishing Limited , United Kingdom.
- Gujarati, Damodar, 1997. *Ekonometrika Dasar*, Penerbit Erlangga, jakarta, Terjemahan : Sumarno Zain
- Gustami, Heru Waluyo , 2002. *Valuasi Ekonomi Biodiversity Kars: Studi Kasus Valuasi Kawasan Kars Maros, Sulawesi Selatan*
- Irdiantoro , Nur , Bambang Supomo , 1999. *Metodologi Penelitian untuk Akuntansi dan Bisnis*, BPFE, Yogyakarta

- Irham, 1999. *Analisis Biaya-Manfaat Dalam Proyek Pembangunan Berdampak Lingkungan*, Makalah Seminar Internasional Akuntansi Sumber Daya Manusia-Ekonomi Lingkungan , 27 Nov 1993, UGM , Yogyakarta
- <http://mofrinet.cbn.net.id/informasi/phpa/ewisata.htm>, *Kemungkinan Meningkatkan Ekowisata*.
- Bernanda Kurniawan, *et.al.*, 2002. *Valuasi Ekonomi Mal Ciputra Semarang Dengan Pendekatan Travel Cost Method*, Tugas Mata Kuliah permodelan Lingkungan, Magister Ilmu Lingkungan Universitas Diponegoro
- LeRoy, Roger and Roger E Meiners, 2000. *Teori Mikroekonomi Intermediate*, PT.Raja Grafindo Persada , Jakarta
- Mc.Eachern, William, 2001. *Ekonomi Mikro*, Salemba Empat, Jakarta, Terjemahan: Sigit Triandaru
- Danang Parikesit dan Wiwied Trisnadi, 1997. *Kebijakan Kepariwisata Indonesia Dalam Pembangunan Jangka Panjang*, KELOLA No.16/VI/1997
- Pearce, David W and R. Kerry Turner, 1990. *Economics of Natural Resources and The Environment* , The Johns Hopkins University press, Baltimore
- Achmad Rahardjo, 2002. *Menaksir Nilai Ekonomi Taman Wisata Tawangmangu: Aplikasi Individual Travel Cost Method*, Manusia dan Lingkungan, Vol IX, No.2 Juli 2002, UGM
- Sukanto Reksohadiprodjo, 1999. *Ekonomika dan Manajemen Lingkungan*, Makalah Seminar Internasional Akuntansi Sumber Daya Manusia-Ekonomi Lingkungan, 27 Nov 1993, UGM, Yogyakarta
- Salvatore, Dominick, 1996. *Teori Mikro Ekonomi* , Penerbit Erlangga, Jakarta, Terjemahan : Rudy Sitompul dan haris Munandar
- Samuelson, William A, William D Nordhaus, 1998, *Economics*, Mc.Graw Hill
- Linda Sulistiyo, *et.al.* , 2000. *Toraja Visitor Survey Valuation*, Manusia dan Lingkungan, Vol IX, No.2 Juli 2002, UGM
- Suparmoko, 1997. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*, BPFE-Yogyakarta
- Suparmoko dan Maria R Suparmoko, 2000. *Ekonomika Lingkungan*, BPFE-Yogyakarta, Edisi Pertama.
- Indah Susilowati, 2002. *Metode Valuasi Lingkungan*, Modul Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan (ESDAL)
- http://www.ecosystemvaluation.org/cost_avoided.htm, *Travel Cost Method*.