

**VALUASI EKONOMI KAWASAN MUSEUM ADITYAWARMAN
KOTA PADANG DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN
(TRAVEL COST METHOD)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang



OLEH :

Monica Putri

2018/18060119

**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

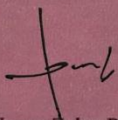
VALUASI EKONOMI KAWASAN MUSEUM ADITYAWARMAN
KOTA PADANG DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN
(TRAVEL COST METHOD)

Nama : Monica Putri
BP/NIM : 2018/18060119
Keahlian : Ekonomi Moneter
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2022

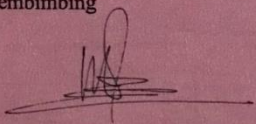
Mengetahui,

Kepala Departemen Ilmu Ekonomi


Dr. Novya Zulva Riani, S.E., M.Si
NIP. 197111042005122001

Disetujui dan Disahkan Oleh :

Pembimbing


Dr. Muhammad Irfan, SE, M.Si
NIP. 197704092003121002

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

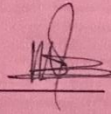
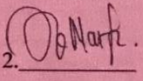
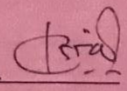
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

VALUASI EKONOMI KAWASAN MUSEUM ADITYAWARMAN KOTA PADANG DENGAN METODE BIAYA PERJALANAN (TRAVEL COST METHOD)

Nama : Monica Putri
NIM/TM : 18060119/2018
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Moneter
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji :

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1	Ketua	: Dr. Muhammad Irfan, SE, M.Si	1. 
2	Anggota	: Dr. Joan Marta, SE, M.Si	2. 
3	Anggota	: Isra Yeni, S.E., M.S.E	3. 

Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Monica Putri
NIM/Th. Masuk : 18060119/2018
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 26 Juni 2000
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Moneter
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Pelita, Perumahan Beringin Indah, Nagari
TanjungBeringin, Kec. Lubuk Sikaping, Kab.
Pasaman, Prov. Sumatera Barat
No. Hp/Telephone : 082172243298
Judul Skripsi : Valuasi Ekonomi Kawasan Museum
Adityawarman Kota Padang dengan Metode Biaya
Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali tertulis jelas dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditanda tangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan kepala departemen program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran didalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Agustus 2022



Monica Putri
Monica Putri
18060119

ABSTRAK

Monica Putri (18060119) : Valuasi Ekonomi Wisata Budaya Museum Adityawarman Kota Padang dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) Skripsi. Padang : Program Studi Ekonomi Pembangunan, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dibawah bimbingan Bapak Muhammad Irfan, S.E.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi nilai ekonomi wisata budaya Museum Adityawarman dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Museum Adityawarman. Penilaian ekonomi terhadap Museum Adityawarman ini menggunakan data primer dari hasil survei terhadap 205 pengunjung dengan menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) untuk mengestimasi *Willigness To Pay* (WTP) dan valuasi ekonomi. Dengan menggunakan metode regresi *Ordinary Least Square* (OLS) dan *Poisson Regression* (PR), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai ekonomi wisata budaya Museum Adityawarman mempunyai potensi nilai sebesar Rp. 143.591.814,80 (pada OLS) dan Rp. 248.757.673,29 (pada PR) apabila WTP pengunjung yaitu Rp. 8.162,80 (pada OLS) dan Rp. 14.141,19 (pada PR). Nilai WTP yang diperoleh berada diatas harga tiket masuk. Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan adalah biaya perjalanan, umur pengunjung, tingkat pendidikan pengunjung, adanya destinasi wisata lain yang ingin dikunjungi dan daya tarik utama museum. Rekomendasi yang diberikan sebaiknya untuk perbaikan ataupun pengembangan museum dapat dilakukan kebijakan menaikkan harga tiket masuk.

Kata kunci :

Metode Biaya Perjalanan, Museum Adityawarman, Valuasi Ekonomi, Wisata Budaya

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah puji beserta syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas ridho dan rahmat darinya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Valuasi Ekonomi Kawasan Museum Adityawarman Kota Padang dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)”**. Shalawat beriringkan salam tidak lupa kita kirimkan kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi sumber inspirasi dan suri tauladan bagi umat manusia.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari banyak pihak yang membantu dan memberikan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini hingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan, oleh karena itu ucapan terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orangtua serta keluarga yang tiada henti memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Idris, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang serta Pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Melti Roza Adry, SE. ME selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

4. Bapak Muhammad Irfan, SE. M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis dengan sabar dari awal pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Joan Marta, SE. M.Si selaku dosen penguji I yang telah memberikan ilmu, kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Isra Yeni, SE. M.S.E selaku dosen penguji II yang telah memberikan ilmu, kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen, staff pengajar dan karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Kak Asma Lidya, Amd selaku admin Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi.
9. Pihak Pengelola Museum Adityawarman yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan Museum Adityawarman sebagai objek penelitian serta semua bimbingan dan bantuan selama program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).
10. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
11. Teman-teman Jurusan Ilmu Ekonomi angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritikan dan masukan yang membangun dari pembaca, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua, khususnya bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Padang , 18 Agustus 2022

Monica Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Wisata Budaya, Kawasan Museum	12
B. Valuasi Ekonomi	18
C. <i>Willingness to Pay (WTP)</i>	21
D. Teori Konsumsi Keynes	22
E. Teori Permintaan	23
F. Surplus Konsumen	24
G. <i>Travel Cost Method (TCM)</i>	26
H. Penelitian Terdahulu	29
I. Kerangka Pemikiran	40
J. Hipotesis	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
A. Ruang Lingkup Penelitian	45
B. Jenis Penelitian	45
C. Tempat dan Waktu Penelitian	46
D. Populasi dan Sampel	46
E. Jenis dan Sumber Data	47
F. Variabel Penelitian	48

G.Teknik Pengumpulan Data.....	48
H.Teknik Pengambilan Sampel.....	49
I.Defenisi Operasional.....	51
J.Prosedur Analisis Data.....	55
1.Analisis Deskriptif	55
2.Analisis Induktif	56
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A.Hasil Penelitian	65
1.Gambaran Umum Wilayah Penelitian	65
2.Analisis Deskriptif	66
3.Analisis Induktif	73
B.Pembahasan	86
1)Karakteristik sosial dan ekonomi pengunjung Museum Adityawarman	86
2)Faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Museum Adityawarman	90
3)Kesediaan Membayar Pengunjung (Willingness to Pay/WTP) dari Metode Biaya Perjalanan di Museum Adityawarman.....	102
4)Nilai Ekonomi Dengan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Museum Adityawarman	103
BAB V.....	105
KESIMPULAN DAN SARAN	105
A.KESIMPULAN	105
B.SARAN.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Estimasi Model Biaya Perjalanan (TCM) dengan OLS.	75
Tabel 4.2 Hasil Estimasi Model Biaya Perjalanan (TCM) dengan <i>Poisson</i> . .	81
Tabel 4.3 Surplus Konsumen dan Populasi Wisatawan.....	83
Tabel 4.4 Nilai Ekonomi Menggunakan Biaya Perjalanan.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengunjung Museum Adityawarman.....	4
Gambar 2.1 Klasifikasi Valuasi Non-Market.....	21
Gambar 2.2 Kurva Surplus Konsumen	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 3.1 Kurva Surplus Konsumen	64
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin.....	67
Gambar 4.2 Diagram Kelompok Tingkat Pendidikan	68
Gambar 4.3 Diagram Status Perkawinan Responden	69
Gambar 4.4 Diagram Tingkat Penghasilan	70
Gambar 4.5 Diagram Kelompok Pekerjaan Responden	71
Gambar 4.6 Diagram Asal daerah/Domisili Responden.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	117
Lampiran 2	122
Lampiran 3	128

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Museum sebagai bagian dari sebuah kekuatan bersejarah dan berharga yang memiliki warisan budaya serta dapat memberikan keterikatan manusia dari masa lalu ke masa kini. Adapaun makna dari warisan budaya tersebut yaitu merupakan bentuk nyata terjadinya peradaban manusia yang sudah melalui sebuah proses sosial (Ariwidjaja, 2013). Selain itu, museum merupakan bagian penting dari pengembangan pariwisata, yang dapat menghasilkan manfaat dalam bentuk jasa.

Jasa yang dapat diperoleh dari sebuah museum adalah, berupa manfaat pengetahuan, sebagai sarana pelestarian budaya serta untuk kesenangan. Hal ini yang seharusnya mendorong pemerintah daerah agar melakukan pengembangan lebih dari pariwisata khususnya pengembangan pada museum daerah yang mana memiliki potensi untuk menarik perhatian wisatawan agar berwisata ke daerahnya, sehingga dapat meningkatkan jumlah PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut juga ikut meningkat. Besarnya kesempatan wisata museum yang ada di Indonesia untuk menjadi sektor pariwisata yang menjanjikan maka diperlukannya pengembangan pariwisata museum agar dapat dikelola secara maksimal.

Sumatera Barat adalah salah satu diantara banyaknya Provinsi di Indonesia yang mempunyai aneka ragam budaya yang menarik. Tidak

hanya dimata masyarakat Indonesia bahkan tentang budaya serta sejarah yang ada di Sumatera Barat menjadi hal yang menarik dimata dunia. Dari adat istiadat hingga peninggalan-peninggalan bersejarah. Salah satunya dapat kita lihat dengan diakuinya rendang sebagai warisan budaya dunia semenjak tahun 2013 yang telah didaftarkan oleh UNESCO dan banyak kebudayaan Sumatera Barat lainnya yang diakui dimata dunia internasional. Sehingga diperlukannya pelestarian dan perhatian lebih dari pemerintah setempat terhadap kekayaan budaya yang berasal dari Sumatera Barat dimana hal ini sebagai salah satu dari keberagaman budaya yang ada di Indonesia. Pelestarian dan perhatian lebih ini juga dilakukan untuk memperkenalkan kebudayaan Minangkabau kepada masyarakat dan menarik wisatawan agar berkunjung ke Provinsi Sumatera Barat.

Dibangunnya museum merupakan langkah yang tepat sebagai wadah pelestarian budaya yang beranekaragam di Sumatera Barat. Berdasarkan data Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan terdapat 12 museum yang ada di Sumatera Barat. Perkembangan wisata budaya museum di Sumatera Barat dapat dilihat dari jumlah pengunjung masing-masing museum di Sumatera Barat. Jumlah pengunjung Museum Adityawarman memiliki jumlah pengunjung terbanyak selain Museum Istano Basa Pagaruyuang Batu Sangkar hal tersebut disampaikan langsung oleh Kasi Bidang Publikasi dan Edukasi Museum Adityawarman. Hal ini memberikan petunjuk bahwa ada potensi wisata budaya di Museum

Adityawarman yang memiliki kemampuan menarik perhatian wisatawan untuk dapat melakukan wisata ke Sumatera Barat.

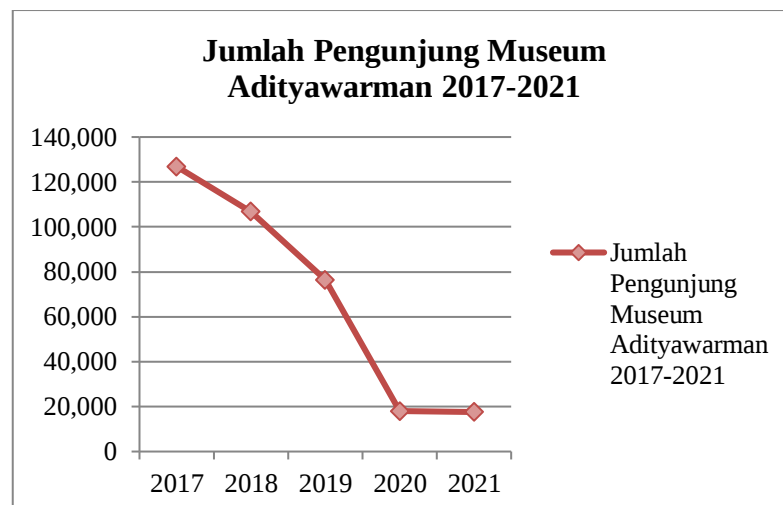
Museum Adityawarman adalah salah satu objek wisata budaya yang berlokasi di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Dibangunnya Museum Adityawarman dengan kesadaran dibutuhkanya sebuah wadah yang dapat memelihara warisan budaya di Sumatera Barat. Museum Adityawarman berlokasi di Jl. Diponegoro No. 10 Kelurahan Belakang Tangsi, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang. Terletak di tengah lahan seluas 2,6 hektar, museum yang memiliki luas bangunan sekitar 2.855 meter persegi ini didirikan berdasarkan inspirasi dari arsitektur rumah bagonjong atau rumah gadang yang mana adalah ciri khas gaya dari arsitektur tradisional Minangkabau.

Museum Adityawarman menyimpan berbagai koleksi peninggalan budaya, diantaranya budaya mentawai, budaya minang dan budaya nusantara. Fasilitas penunjang telah diberikan untuk kenyamanan para pengunjung yang datang ke Museum Adityawarman, diantaranya : taman tempat bermain lengkap dengan arena luncuran serta ayunan, cafetaria, aula pertemuan, ruang untuk ibu menyusui, musholla dan sebagainya. Museum Adityawarman ini mempunyai konsep sebagai tempat tujuan wisata keluarga, oleh karena itu semua orang dengan berbagai usia bisa menikmati kenyamanan dan hiburan yang disediakan oleh Museum Adityawarman. Fasilitas yang ditawarkan Museum Adityawarman tersedia dengan lengkap dan baik untuk anak-anak, remaja dan orang tua yang mana bisa dimanfaatkan sebagai sarana rekreasi, budaya serta pendidikan.

Museum Adityawarman mempunyai potensi untuk pengembangan wisata budaya yang ada di Kota Padang. Hal tersebut dikarenakan letak geografis Museum Adityawarman yang berada di pusat kegiatan Kota Padang, selain itu lokasi Museum Adityawarman yang mudah dijangkau dan dapat dituju dengan berbagai akses kendaraan. Pengembangan yang dilakukan di Museum Adityawarman juga akan berdampak terhadap masyarakat disekitarnya sehingga pengembangan wisata budaya di Museum Adityawarman juga dapat mendorong kesejahteraan masyarakat setempat.

Namun pada saat ini muncul sebuah permasalahan pada objek wisata budaya Museum Adityawarman, dilihat dari angka jumlah pengunjung yang terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Adapun perkembangan jumlah kunjungan di Museum Adityawarman dari tahun 2017-2021, dapat dilihat dalam gambar berikut :

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Museum Adityawarman dari Tahun 2017 sampai dengan Tahun 2021



Sumber : Pengelola Museum Adityawarman, 2021

Dari data Tabel 1.1 memberikan petunjuk bahwa perubahan jumlah kunjungan ke Museum Adityawarman dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 selalu mengalami penurunan. Pada tahun 2017 angka pengunjung berjumlah 126.884 orang dan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 20.080 orang menjadi 106.804 orang. Pada tahun 2019 jumlah pengunjung terus mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 30.428 sehingga jumlah pengunjung menjadi sebanyak 76.376 orang, penurunan jumlah pengunjung yang paling drastis yaitu pada tahun 2020 turun sebesar 58.442 dan dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 334 orang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak UPTD Museum Adityawarman dan pengunjung alasan mereka mengunjungi Museum Adityawarman adalah manfaat yang diberikan oleh museum itu sendiri. Meskipun pada kenyataannya Museum Adityawarman terus mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan, akan tetapi masih ada orang-orang yang dapat merasakan manfaat dari Museum Adityawarman tersebut. Karena hal tersebut, pemerintah atau pihak yang mengelola museum dapat melakukan pengembangan untuk meningkatkan permintaan kunjungan di kawasan Museum Adityawarman yang mana jumlah kunjungan tersebut, saat ini tengah menjadi masalah yang menyebabkan adanya penurunan jumlah pengunjung di Museum Adityawarman yang terjadi setiap tahun seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.1. Disamping itu masalah lainnya yang terjadi di Museum Adityawarman adalah permasalahan plastik sampah sisa bungkus makanan serta minuman yang

digunakan oleh pengunjung yang pada akhirnya mempengaruhi kebersihan dari Museum Adityawarman itu sendiri. Sehingga permasalahan tersebut juga merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kunjungan ke Museum Adityawarman. Oleh sebab itu perlunya mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke Museum Adityawarman agar dapat melihat faktor-faktor penting yang berpengaruh dalam turunnya jumlah kunjungan ke Museum Adityawarman dalam beberapa tahun belakangan ini. Sehingga setelah hal tersebut diketahui dapat dilakukan optimalisasi pengembangan di Museum Adityawarman. Sebelum melakukan kebijakan pengembangan manfaat tersebut diperlukan valuasi (perhitungan) nilai ekonomi objek wisata budaya Museum Adityawarman yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengembangan kebijakan tersebut. Hal ini dilakukan dari beberapa konsep dasar valuasi ekonomi yang dalam perencanaan pengembangan kawasan disebutkan bahwa dengan melakukan valuasi, nilai ekonomi sumberdaya alam dapat diketahui serta nantinya dijadikan masukan dalam melakukan pengarahan terhadap kegiatan perencanaan tersebut (Suparmoko, 2002).

(Nurhasyatillah, 2015), menjelaskan bahwa dalam upaya penentuan nilai ekonomi dari suatu warisan budaya dapat dilaksanakan seperti apa yang ada pada ekonomi lingkungan, nilai ekonomi itu dapat diperkirakan dari seberapa bergunanya, pendapat masyarakat dan nilai yang dinyatakan walaupun tidak memiliki kaitan dengan manfaat finansial saja. Teknik pengukuran nilai yang dapat dilakukan dalam menilai benda

dan situs warisan budaya adalah menggunakan teknik yang sama dengan valuasi ekonomi terhadap sumber daya alam dan lingkungan yang tidak dapat dipasarkan (Snowball D, 2008)

Valuasi ekonomi pada hakikatnya merupakan suatu usaha yang dilakukan dalam memberikan nilai kuantitatif untuk barang serta jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan walaupun apakah nilai pasar (*market value*) tersedia atau tidak (Susilowati, 2009). Tujuan pentingnya dilakukan valuasi adalah untuk memberikan perkiraan atau menentukan nilai ekonomi dari sebuah objek (Mohamad, 2015). Menentukan nilai ekonomi (valuasi) adalah suatu hal penting yang sebaiknya segera dilakukan dalam langkah perlindungan serta pengelolaan suatu objek wisata budaya. Sebagai aset yang penting bagi negara, sudah sepatutnya objek wisata Museum Adityawarman dinilai dari segi ekonomi sehingga dapat digunakan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat dan dilakukan pengembangan dalam pengelolaannya. Setelah diketahuinya nilai ekonomi dari Museum Adityawarman maka pengelola dapat menentukan seberapa besar anggaran perlindungan dengan menjadikan nilai ekonomi Museum Adityawarman tersebut sebagai acuan. Oleh karena itu sebaiknya nilai ekonomi diketahui atau ditentukan setelah melakukan pengamatan terhadap keadaan fisik dan lingkungan dari objek wisata budaya Museum Adityawarman.

Hal penting lainnya dari melakukan valuasi terhadap objek wisata budaya ini adalah untuk melakukan perhitungan terhadap aset negara. Yang mana seperti diketahui Indonesia adalah suatu negara yang sangat

amat kaya dalam hal sumber daya kebudayaan dari segi kualitas dan kuantitas. Sehingga hal itu menjadikan objek wisata budaya merupakan aset serta dengan menghitung nilainya secara ekonomi, secara langsung akan berdampak terhadap meningkatnya aset daerah maupun nasional. Tercatatnya objek wisata budaya sebagai sebuah aset daerah hal ini tentunya akan memberikan kemudahan dalam transparansi dan akuntabilitas pengelolaan, sehingga bisa dijadikan dasar identifikasi dalam penentuan potensi ekonomi daerah, pengembangan serta optimalisasi yang terarah. Yang paling penting diantara hal tersebut adalah dapat menarik keinginan berinvestasi dari pemodal agar berinvestasi di Indonesia (Purnawibawa, 2017).

Dalam memberikan penilaian (valuasi) ekonomi Museum Adityawarman akan digunakan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*). Penggunaan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) dalam valuasi ekonomi Museum Adityawarman di karenakan Museum Adityawarman merupakan fasilitas umum/*public goods* dan bersifat non-pasar. Sehingga dapat dilihat apakah biaya perjalanan, waktu yang dihabiskan selama di Museum Adityawarman, tempat tinggal, umur, pendidikan, pendapatan, adanya objek wisata lain, daya tarik dan tingkat kepuasan pengunjung dapat berpengaruh atau tidak terhadap jumlah kunjungan di Museum Adityawarman. Serta melihat berapa besar nilai ekonomi Museum Adityawarman dan *Willingness to Pay* pengunjung terhadap harga tiket masuk Museum Adityawarman.

Dengan latar belakang mengenai Kawasan Museum Adityawarman di Kota Padang tersebut, maka dapat dilakukan penilaian ekonomi menggunakan *Travel Cost Method* (TCM), karena metode ini berdasarkan riil perilaku dan kesimpulannya dapat digambarkan dari sampel yang relatif kecil. Sehingga penulis mengambil judul penelitian “Valuasi Ekonomi Kawasan Museum Adityawarman Kota Padang dengan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)”.

B. Rumusan Masalah

Menurut latar belakang tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah karakteristik sosial dan ekonomi pengunjung Museum Adityawarman ?
2. Apakah biaya perjalanan ke Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman, jarak tempat tinggal asal/domisili pengunjung, umur, pendidikan, pendapatan, adanya destinasi wisata lainnya, daya tarik dan tingkat kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman?
3. Berapa WTP (*Willingness to pay*) pengunjung terhadap harga tiket masuk Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman dengan menggunakan metode biaya perjalanan?
4. Berapa besar nilai ekonomi Museum Adityawarman dilihat dari surplus konsumen yang diperoleh Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman dilihat biaya perjalanan (*Travel Cost*)?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan-rumusan masalah yang diambil, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakteristik sosial dan ekonomi pengunjung Museum Adityawarman.
2. Untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman, jarak tempat tinggal asal/domisili pengunjung, umur, pendidikan, pendapatan, adanya destinasi wisata lainnya, daya tarik dan tingkat kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman.
3. Untuk menghitung WTP (*Willingness to pay*) pengunjung terhadap harga tiket masuk Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman dengan menggunakan metode biaya perjalanan.
4. Mengukur besar nilai ekonomi dilihat dari surplus konsumen yang diperoleh oleh Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman dilihat dari biaya perjalanan (*Travel Cost*).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki berbagai manfaat yang mana diantaranya, kepada pemerintah dan pihak pengelola museum, bagi penulis dan kepada pembaca yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah dan pihak pengelola

Menjadi bahan dalam pertimbangan bagi pemerintah dan pihak pengelola untuk mengambil kebijakan terkait perencanaan, pembangunan serta pengembangan Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman.

2. Bagi Penulis

Sebagai sarana pembelajaran dan penambahan pengetahuan mengenai penilaian ekonomi menggunakan biaya perjalanan (*travel cost*) dan kesediaan membayar para pengunjung di Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman Kota Padang.

3. Bagi Pembaca

Menjadi bahan referensi tambahan dan pengetahuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki tema yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Wisata Budaya, Kawasan Museum

Untuk mendefinisikan wisata budaya, sebelumnya kita harus mendefinisikan terlebih dahulu apa budaya itu sendiri. Di Indonesia, akar kata budaya dikaitkan dengan bahasa Sanskrit “budhi” yang berarti pikiran atau pengetahuan (Mangunsarkoro, 1951). (Koentjaraningrat, 2000) Menjelaskan kebudayaan sebagai seluruh bagian dari sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia dengan belajar.

Warisan budaya adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada budaya materi manusia pada masa lalu. Pengertian budaya materi itu sendiri menurut Woodward (Woodward, 2007) ,diartikan sebagai: *“objects are the material things people encounter, interact with and use ... for the purposes of carrying out social functions, regulating social relations and giving symbolic meaning to human activity”*. Berdasarkan pengertian tersebut, maka tinggalan budaya materi yang berasal dari masa lalu dianggap menjadi warisan dari peradaban budaya manusia. Sebagai warisan budaya, maka pengertian tersebut merujuk pada budaya materi yang telah mengalami proses perubahan dimensi ruang dan waktu.

Di Indonesia, istilah yang digunakan untuk merujuk pada *cultural heritage* adalah cagar budaya, dimana dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya diartikan sebagai “warisan budaya

yang bersifat kebendaan yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan”.

Pariwisata merupakan industri yang penting di dunia saat ini dapat diketahui dengan melihat jumlah orang yang terkait maupun nilai ekonomi yang ada di dalamnya. Pariwisata memang tidak dapat berdiri sendiri karena perlu melibatkan sektor lainnya seperti pertanian dan industri manufaktur. Dalam arti yang luas, pariwisata merupakan aktivitas rekreasi di luar tempat tinggal asal dengan tujuan melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mendapatkan suasana lain. Berdasarkan Undang- undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang diartikan dengan pariwisata adalah beraneka ragam kegiatan wisata serta didukung banyak fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan seseorang keluar dari kawasan tempat tinggalnya dengan maksud tidak untuk mencari nafkah, pendapatan atau penghidupan di tempat tujuan.

Sementara orang yang melakukan kegiatan wisata dinamakan sebagai wisatawan. Pariwisata juga terkait dengan daerah tujuan wisata atau dengan kata lain disebut juga destinasi pariwisata. Undang- undang Nomor 10 tahun 2009 mendefinisikan destinasi wisata yakni wilayah geografis yang terdapat dalam satu atau lebih kawasan administratif yang disana dapat dilihat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang berada dikawasan tersebut saling

terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Daya tarik merupakan semua hal yang mempunyai sebuah keunikan maupun nilai yang dapat berupa kekayaan alam yang beraneka ragam, budaya, dan hasil karya manusia yang nantinya akan menjadi sasaran atau bahkan tujuan kunjungan dari wisatawan.

Majunya industri pariwisata suatu daerah juga sangat bergantung pada jumlah kunjungan wisatawan. Angka kunjungan, merupakan banyaknya kunjungan wisata yang dilakukan responden dalam kurun waktu tertentu. Banyaknya jumlah kunjungan wisatawan ke suatu atraksi wisata juga bergantung pada banyaknya biaya perjalanan yang harus dikeluarkan. UNWTO (2005/2007) mendefinisikan biaya perjalanan sebagai *tourism expenditure*.

Biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan mengacu pada jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi selama dalam perjalanan wisata. Biaya perjalanan merupakan keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan oleh pengunjung mulai dari keberangkatan, selama di tempat wisata sampai kepulangannya ke tempat tinggalnya. Biaya yang tinggi akan mengurangi jumlah kunjungan dan jumlah kunjungan akan bertambah jika biaya perjalanannya rendah. Rincian harga sudah termasuk biaya penginapan, makanan serta minuman, angkutan (baik itu angkutan darat, angkutan air, dan angkutan udara), paket perjalanan, pemandu objek wisata, atraksi dan rekreasi, cinderamata atau oleh-oleh khas daerah, kesehatan, lain- lain (Nesparnas, 2011). Total semua biaya yang dikeluarkan oleh penduduk

saat bepergian, baik yang ditanggung sendiri maupun oleh pihak lain, sudah termasuk dalam semua biaya tersebut.

Sementara itu, UNWTO (2005/2007) juga mendefinisikan waktu perjalanan (*trip*) yaitu, waktu perjalanan dan kunjungan merupakan jumlah waktu yang diperlukan untuk melakukan perjalanan dari tempat tinggal sampai tempat wisata, melakukan aktifitas wisata dan kembali ke tempat tinggalnya masing-masing. Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari pariwisata, terutama dalam kaitannya dengan kegiatan sosial dan ekonomi. Hak asasi manusia saat ini mencakup kegiatan yang sebelumnya tersedia secara eksklusif untuk sekelompok kecil individu yang sangat kaya pada pergantian abad ke-20.

Sejalan dengan perkembangan wisata yang semakin kondusif, maka untuk meningkatkan diversifikasi dan daya saing produk wisata, Kementerian Pariwisata dalam RPJMN 2015 – 2019 menetapkan fokus pengembangan produk wisata dengan tema: wisata bahari kapal layar (*yacht*), wisata kapal pesiar (*cruise*), wisata selam (*diving*); wisata selancar (*surfing*); wisata memancing (*fishing*); wisata budaya dan ziarah (*culture and pilgrimage*); wisata kuliner dan belanja (*culinary and shopping*); wisata spa dan kesehatan; wisata alam taman bumi/*geopark*; serta wisata *special event*.

Definisi dari wisata budaya itu sendiri merupakan suatu hal yang kompleks dan banyak ahli mendefinisikannya secara berbeda. Pada tahun 1990, ICOMOS (*International Scientific Committee on Cultural Tourism*)

menyatakan bahwa wisata budaya (*cultural tourism*) merupakan suatu aktivitas yang memudahkan orang untuk memperoleh pengalaman mengenai kehidupan orang lain yang berbeda tentang kebiasaan, tradisi, lingkungan fisik, ide- ide intelektual, dan tempat-tempat yang bernilai arsitektural, sejarah, arkeologi atau nilai kebudayaan lain yang signifikan dari masa lalu. Wisata budaya menawarkan jenis rekreasi yang berbeda karena wisatawan dapat memperoleh pemahaman atau apresiasi terhadap wilayah yang dikunjungi.

Menurut UNWTO (2005) bahwa saat ini mengunjungi objek wisata berbasis budaya dan sejarah khususnya di negara maju mengalami perkembangan yang cukup pesat dibandingkan dengan jenis wisata lainnya dan dapat menjadi alat untuk mengentaskan kemiskinan serta pembangunan ekonomi komunitas. (Timothy & Nyaupane, 2009) Menggunakan jenis wisata tersebut dengan istilah *heritage tourism*. *Heritage tourism* bersandarkan pada jenis budaya *tangible* dan *intangible*. Jenis sumberdaya budaya *intangible* merupakan elemen warisan budaya *immaterial* seperti musik, tarian, bahasa, agama, kuliner/gastronomi, tradisi, festival. Sedangkan, jenis sumber daya budaya *tangible* meliputi monumen, bangunan bersejarah, pertanian, istana, museum, tinggalan arkeologi dan situs. Bahkan (Richards & Munsters, 2010) juga menyatakan bahwa budaya dan pariwisata adalah dua jenis pertumbuhan industri yang memiliki peran penting pada abad ke-20 dan menjelang akhir abad ke- 20 kombinasi kedua sektor tersebut terus berevolusi menjadi

“*cultural tourism*” dan menjadi salah satu alternatif pembangunan ekonomi suatu daerah, kota bahkan negara atau wilayah di seluruh dunia.

Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh (Timothy & Nyaupane, 2009), museum sebagai salah satu jenis *heritage tourism*. Menurut (ICOM, 2015), berdasarkan hasil 21st General Conference di Vienna, Austria, pada tahun 2007, museum diartikan sebagai sebuah lembaga non-profit yang bersifat tetap untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk publik/umum, konservasi, penelitian, mengomunikasikan dan menyajikan benda-benda yang berkaitan dengan identitas manusia dan lingkungan untuk tujuan studi, pendidikan dan hiburan. Namun, pengertian non-profit tersebut masih perlu adanya batasan yang jelas karena museum membutuhkan dana untuk kegiatan operasionalnya, apalagi untuk museum di negara berkembang seperti Indonesia, dimana APBN tidak sepenuhnya memadai untuk mengelola semua museum. Perlu adanya suatu bentuk kemitraan berupa sponsorship dalam menyelenggarakan kegiatan-kegiatan edukatif di museum.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 19 Tahun 1995, Museum didefinisikan sebagai lembaga, tempat dimana penyimpanan, merawat, mengamankan dan memanfaatkan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya dan digunakan untuk mendukung upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa. Tugas museum adalah menyimpan, merawat, mengamankan dan memanfaatkan koleksi museum berupa benda cagar budaya. Jadi, museum memiliki dua tugas utama, yaitu :

1) Sebagai tempat pelestarian, museum harus melaksanakan kegiatan sebagai berikut:

- a. Penyimpanan, yang meliputi pengumpulan benda untuk menjadi koleksi, pencatatan koleksi, sistem penomoran dan penataan koleksi
- b. Perawatan, yang meliputi kegiatan mencegah dan menanggulangi kerusakan koleksi
- c. Pengamanan, yang meliputi kegiatan perlindungan untuk menjaga koleksi dari gangguan atau kerusakan oleh faktor alam dan ulah manusia.

2) Sebagai sumber informasi, museum melaksanakan kegiatan pemanfaatan melalui penelitian dan penyajian.

- a. Penelitian dilakukan untuk mengembangkan kebudayaan nasional, ilmu pengetahuan dan teknologi
- b. Penyajian harus tetap memperhatikan aspek pelestarian dan pengamanannya.

B. Valuasi Ekonomi

Nilai adalah pendapat seseorang tentang sesuatu pada tempat dan waktu tertentu. Nilai ekonomi dapat didefinisikan sebagai jumlah terbesar yang rela dikorbankan seseorang untuk ditukar dengan produk dan layanan lainnya. Valuasi ekonomi secara luas dapat diartikan sebagai upaya untuk menentukan nilai kuantitatif untuk produk yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan, apakah nilai pasar tersedia atau tidak. (Susilowati, 2009). Pendekatan penilaian ekonomi sumber daya alam dan

lingkungan yang tidak dapat dipasarkan adalah metode nilai yang dapat digunakan untuk menilai barang dan situs warisan budaya (Snowball D, 2008). Nilai ekonomi tersebut bersumber dari seberapa besar manfaat yang diberikan oleh suatu objek, dengan adanya penilaian ekonomi maka dapat melihat seberapa besar manfaat dari suatu objek tertentu.

(R. Fauzi, 2013) dan (Patunru, 2010) juga mengatakan bahwa valuasi ekonomi mempunyai peran penting dalam memberikan informasi dengan tujuan membantu langkah mengambil keputusan yang menyangkut kebijakan publik sebab menjadi sumber informasi dalam melakukan analisis biaya manfaat yang lebih tepat, salah satunya dengan *mengestimasi willingness to pay (WTP)* dari masyarakat. Sama halnya dengan sumber daya alam dan lingkungan, perhitungan nilai ekonomi juga dapat dilakukan dalam konteks sumberdaya arkeologi atau cagar budaya. (Bedate et al., 2003) Dalam studi mereka mengatakan warisan budaya atau sumber daya budaya memiliki nilai ekonomi yang penting karena terkait juga dengan konservasi dan kondisi yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

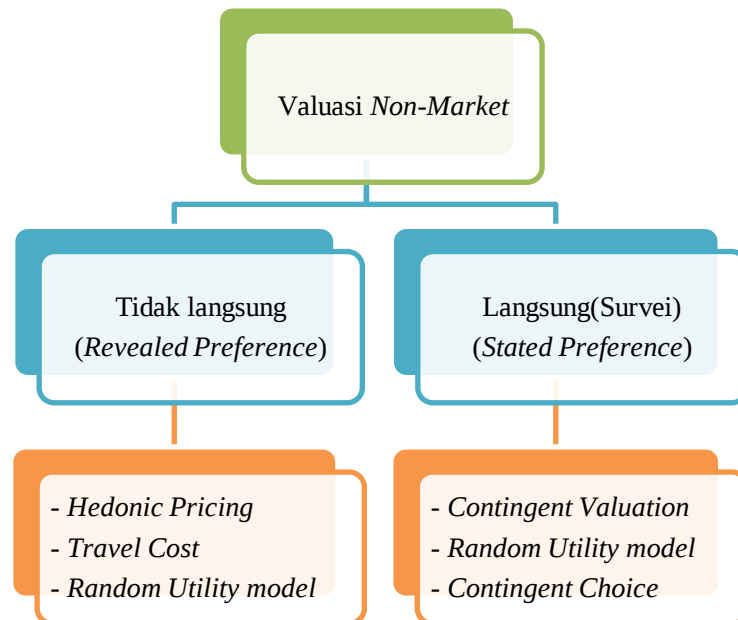
Valuasi ekonomi dilakukan untuk menentukan nilai kuantitatif untuk barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya budaya berdasarkan nilai pasar (*market value*) atau nilai non-pasar (*non market value*). Evaluasi kuantitatif yang dilakukan melalui valuasi ekonomi ini bertujuan, untuk mengkalkulasikan dan menentukan besarnya *Total Economic Value (TEV)*.

Total Economic Value (TEV) atau nilai ekonomi total dikenal sebagai jumlah nilai guna langsung, nilai guna tidak langsung, dan nilai bukan guna. (Pearce, 1992). Nilai guna langsung adalah nilai keuntungan yang dapat diperoleh langsung dari museum. Contohnya dapat dilihat dari manfaat mengunjungi museum adalah sebagai tempat wisata. Berbeda dengan nilai guna tidak langsung, yaitu nilai yang dialami secara tidak langsung, objek yang mendukung nilai guna langsung dapat berupa berbagai manfaat praktis, yaitu sebagai peluang dan pilihan ekonomi bagi penduduk setempat. Sedangkan nilai tak guna berupa nilai warisan merupakan biaya perawatan dan pemeliharaan museum, sedangkan nilai keberadaan merupakan sarana promosi objek wisata di sekitarnya.

Secara umum, metode penilaian ekonomi untuk sumber daya yang tidak dapat dipasarkan (non-market valuation) dapat dibagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah metode valuasi berdasarkan harga implisit dimana WTP diungkapkan dengan model yang dikembangkan. Teknik ini sering disebut dengan teknik yang mengandalkan revealed WTP (keinginan membayar yang terungkap). Beberapa teknik dalam kelompok yang pertama ini adalah *travel cost*, *hedonic pricing*, dan teknik yang relatif baru yang disebut *random utility model*. Kelompok kedua adalah teknik penilaian berbasis survei dimana kesediaan membayar atau WTP didapat langsung dari responden, yang langsung diungkapkannya secara lisan atau tertulis.

Pengklasifikasian valuasi ekonomi *non-market* dapat dilihat pada

Gambar 2.1. Klasifikasi Valuasi Non-Market



Gambar 2.1. Klasifikasi Valuasi Non-Market

Sumber: Fauzi, 2010

C. *Willingness to Pay (WTP)*

Kesediaan untuk Membayar, secara umum, dapat dianggap sebagai ukuran seberapa banyak seseorang bersedia melepaskan beberapa barang dan jasa untuk menerima barang dan jasa lainnya. (A. Fauzi, 2014). Hal ini juga dikenal sebagai kecenderungan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang dihasilkan oleh penggunaan sumber daya dan lingkungan.

Memanfaatkan Willingness To Pay, seseorang dapat mengubah nilai kawasan menjadi biaya barang dan jasa. Kesediaan membayar seseorang dapat digunakan untuk mengukur berapa banyak yang bersedia mereka keluarkan untuk mengelola dengan lebih baik suatu wilayah yang berpotensi menjadi tujuan wisata tetapi tidak memiliki infrastruktur yang

diperlukan sehingga di kawasan tersebut terciptalah pengelolaan yang lebih baik.

Keinginan membayar (*willingness to pay*/WTP) seseorang terhadap barang dan jasa yang biasanya direfleksikan dalam bentuk harga pasar (Dave O'Brien, 2010). Setiap orang selalu lebih memilih WTP daripada harga untuk barang atau jasa itu sendiri dan perbedaan antara harga dan WTP merujuk pada surplus konsumen (*consumer surplus*). Surplus konsumen menampilkan keuntungan yang diperoleh konsumen dari pembelian suatu barang atau jasa. Karena harga yang berkaitan dengan situasi ekuilibrium lebih rendah daripada harga yang bersedia dibayar konsumen, sehingga konsumen diuntungkan.

$$WTP \approx CS = \frac{v^2}{2\beta_1}.$$

D. Teori Konsumsi Keynes

John Maynard Keynes adalah seorang ekonom Inggris yang teori ekonomi revolutionernya sangat mengubah cara pemerintah merancang kebijakan ekonomi dan memahami teori dan praktik ekonomi secara umum. Menurut hipotesis teori konsumsi Keynes, peningkatan pendapatan rumah tangga dapat mengakibatkan peningkatan konsumsi, dan setiap tambahan konsumsi yang tidak digunakan akan ditabung atau diinvestasikan. Teori menyatakan bahwa kecenderungan mengkonsumsi marjinal rumah tangga (MPC) menentukan baik jumlah total tabungan dan tabungan aktual. Jumlah uang yang digunakan atau dikonsumsi dan jumlah yang disimpan berkorelasi terbalik dengan MPC. (Aqma, 2018).

Dalam jangka panjang, kita semua akan mati atau *in the long run we're all dead*, menurut teori Keynes. Oleh karena itu Keynes menerbitkan fungsi konsumsi jangka pendek daripada fungsi konsumsi jangka panjang. Berikut adalah fungsi konsumsi Keynes :

$$C = C_0 + cY_d$$

Dimana :

C_0 : Konsumsi Subsidi (*The Otonom Consumption*) yakni sejumlah konsumsi yang diterima oleh konsumen apabila pendapatan mereka tidak ada, atau $Y=0$

C : *Marginal Propensity to Consume* (MPC) yaitu besarnya kecenderungan perubahan konsumsi ketika pendapatan berubah (DC/DY) $0 < C < 1$, atau MPC positif tapi kurang dari 1

Y_d : Pendapatan Disposable atau pendapatan yang siap dikonsumsi

E. Teori Permintaan

Menurut (Raisova & Durcova, 2014), Keinginan konsumen untuk membeli produk dan jasa dan kesediaan untuk membayar harga untuk barang atau jasa tertentu dikenal sebagai permintaan. Jumlah barang dan jasa yang diinginkan akan berkurang dengan kenaikan harga suatu barang atau jasa, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi parameter lain tetap konstan. Jumlah dari semua permintaan untuk beberapa penggunaan sumber daya adalah permintaan sumber daya. (Salma & Indah, 2004). Jumlah total orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan layanan pariwisata di lokasi yang jauh dari tempat mereka

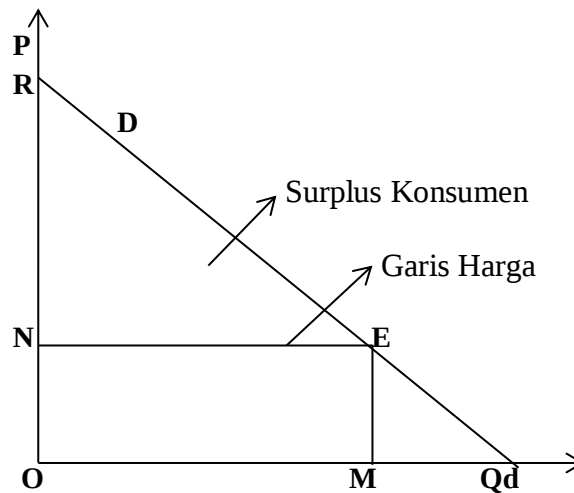
tinggal dan bekerja dianggap sebagai permintaan pariwisata (Mathieson & Wall, 1982). Semua bidang ekonomi dipengaruhi oleh kebutuhan akan pariwisata, termasuk: individu, usaha kecil dan menengah, bisnis swasta, dan sektor publik (Safitri, 2017).

Dalam (Ermayanti, 2012), juga dijelaskan terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata diantaranya adalah harga, pendapatan, sosial budaya, intensitas keluarga serta faktor lainnya. Ketika tujuan wisata membebankan biaya tinggi, lebih sedikit orang yang akan hadir, yang pada gilirannya mengurangi permintaan akan pariwisata. Kecenderungan melakukan perjalanan juga akan tinggi jika pendapatan seseorang tinggi. Sosial budaya yang tercipta dari tempat wisata merupakan faktor yang akan menentukan tingkat kunjungan oleh wisatawan. Karena ketertarikan dan keingintahuan yang ditimbulkannya pada wisatawan, maka permintaan suatu objek wisata budaya akan meningkat jika memiliki keistimewaan dan sosial budaya yang khas.

F. Surplus Konsumen

(Samuelson et al., 1998) Menyampaikan bahwa, Surplus konsumen adalah perbedaan antara keinginan konsumen yang sebenarnya dan yang diinginkan untuk membayar suatu barang. Surplus konsumen berkembang ketika konsumen memperoleh manfaat di luar yang mereka dapatkan dari yang mereka bayar, dan ini didasarkan pada hukum utilitas marjinal yang menurun. Konsumen membayar setiap unit sesuai dengan nilai unit sebelumnya, yang menghasilkan pembentukan surplus konsumen.

Keuntungan membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama tercermin dalam surplus konsumen (Salma & Indah, 2004).



Gambar 2.2 Surplus Konsumen

Sumber: Djijono (2002)

Keterangan:

OREM= Total utilitas / kemampuan membayar konsumen

ONEM= Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total Nilai surplus konsumen

Gambar 2.2 menunjukkan bahwa kesediaan membayar berada di area di bawah kurva permintaan. Harga yang akan dibayar konsumen untuk setiap unit yang dikonsumsi ditentukan oleh kurva permintaan. Total bidang di bawah kurva permintaan (OREM) Jumlah nilai marjinal Q dari O ke M setelah dikurangi biaya suatu barang untuk konsumen (ONEM) menunjukkan seluruh utilitas yang diterima konsumen untuk konsumsi suatu barang atau mengukur keseluruhan kesediaan untuk membayar, besarnya segitiga NRE yang mewakili nilai surplus konsumen, menunjukkan kesiapan untuk

membayar di atas pengeluaran tunai untuk konsumsi (Djijono, 2002).

G. *Travel Cost Method (TCM)*

Travel Cost Method (TCM) adalah suatu metode yang sering dimanfaatkan untuk memperkirakan nilai ekonomi dari suatu tempat wisata termasuk wisata budaya dan sumber daya budaya lainnya. TCM digunakan untuk memberi nilai sumber daya alam seperti pantai, hutan, dan mata air panas serta lokasi rekreasi seperti taman nasional dan kawasan konservasi, tempat olahraga (seperti berburu dan memancing), dan situs arkeologi dan budaya (Fauziah et al., 2018).

Berdasarkan prinsip, metode ini mencoba menghitung seberapa besar biaya yang dikorbankan satu individu untuk mengunjungi tempat-tempat wisata tersebut. Contohnya, seorang konsumen untuk mendapatkan pengetahuan atau kesenangan dengan mengunjungi museum memberikan biaya dalam bentuk waktu dan uang untuk mengunjungi tempat tersebut. Pengukuran nilai yang diberikan konsumen juga dapat dihitung dari berbagai parameter, termasuk biaya bahan bakar, biaya masuk dan waktu perjalanan (Ortega & Alfihfni, 2017).

Secara umum menurut Garrod dan Willis ada dua pendekatan sederhana yang dipakai dalam menentukan nilai ekonomi berdasarkan TCM, pendekatan tersebut adalah:

1. Pendekatan sederhana melalui zonasi, menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal.

2. Pendekatan individual TCM dengan menggunakan data sebagian besar dari survei, menggunakan survei data dari para pengunjung secara individu.

Penelitian menggunakan Individual Travel Cost Method lebih sering digunakan, daripada metode zonasi karena hasil yang diperoleh lebih akurat. Survey kuesioner pengunjung yang menanyakan tentang biaya perjalanan yang akan dikeluarkan ke tempat tujuan wisata, kunjungan ke tempat tujuan wisata alternatif (situs pengganti), dan karakteristik sosial ekonomi biasanya digunakan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (Individual Travel Cost Method) (Suparmoko, 1997). Kurva permintaan diperoleh dari dihitungnya surplus konsumen dengan menggunakan data tersebut.

(Suparmoko, 2002) Menyebutkan bahwa untuk mengestimasi nilai sebuah taman rekreasi menggunakan beberapa variabel, pendekatan biaya perjalanan telah digunakan secara luas. Pertama kali mengumpulkan informasi tentang jumlah pengunjung taman dan biaya perjalanan terkait, serta informasi tentang aspek lain seperti pendapatan, pendidikan, dan bahkan berpotensi agama, budaya, dan kelompok etnis. Mewawancarai pengunjung taman rekreasi menghasilkan data atau informasi tentang jarak perjalanan mereka, biaya yang dikeluarkan selama perjalanan, durasi perjalanan, alasan perjalanan, tingkat pendapatan rata-rata, dan aspek sosial ekonomi lainnya.

Dalam pendekatan Individual TCM menurut hipotesis bawaan, biaya perjalanan akan berdampak signifikan terhadap seberapa sering orang mengunjungi tempat wisata dan diasumsikan berkorelasi negatif, menghasilkan kurva permintaan dengan kemiringan negatif (Firandari et al., 2009)

Menurut Ortacesme et al. (2002), TCM merupakan teknik tidak langsung yang paling sering digunakan dalam menentukan nilai pemanfaatan. Rumus dasar TCM adalah sebagai berikut :

$$V = f(c, x) + \beta$$

Dimana :

V : Jumlah kunjungan

c : Biaya Kunjungan

x : Variabel sosial ekonomi yang signifikan untuk dijelaskan V

β : Faktor lain yang tidak termasuk dalam fungsi namun mempengaruhi V

Selain itu, menurut (R. Fauzi, 2013) persamaan permintaan dari suatu kegiatan yang menggunakan metode biaya perjalanan melalui teknik individual dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i)$$

Dimana :

V_{ij} : Frekuensi kunjungan oleh individu i ke tempat j

Cij : Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi lokasi j

Tij : Biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi lokasi j

Qij : Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

Sij : Karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain

Fij : Faktor fasilitas yang ada di daerah j

Mi : Penghasilan dari individu i

Pada dasarnya semua metode bisa digunakan dalam mengerjakan valuasi ekonomi sebuah kawasan. Individu yang melakukan kegiatan berkunjung ke suatu tempat atau berekreasi tentunya melakukan mobilitas atau menempuh perjalanan dari tempat tinggalnya ke tempat yang akan dikunjungi, dan pada saat melakukan kegiatan tersebut individu membutuhkan biaya-biaya agar dapat mencapai tempat yang akan dituju. Hal tersebut membuktikan bahwa biaya perjalanan (*travel cost*) mampu menghasilkan hubungan yang positif dalam perhitungan nilai ekonomi sebuah kawasan yang sudah berjalan dan berkembang (Igunawati, 2010).

H. Penelitian Terdahulu

Temuan-temuan penelitian yang digunakan sebagai referensi dan referensi dalam penelitian ini dirangkum dalam penelitian sebelumnya berikut ini. Ini bertujuan untuk memberikan saran dalam melakukan

penelitian tentang “Valuasi Ekonomi Wisata Budaya Museum Aditywarman Kota Padang dengan Metode Biaya Perjalanan dan Kontingen Valuasi (*Travel Cost Method* dan *Contingent Valuation Method*)”

Tabel 2.1 Matrik Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Safitri, W. (2017)	<i>Economic Valuation of Lakey Beach Green Tourism, Dompu Regency: Travel Cost Method</i>	TCM	Nilai ekonomi objek wisata Pantai Danauy di Kabupaten Dompu adalah Rp. 190.192.740.117,18. Biaya perjalanan, pendapatan rata-rata per bulan, waktu perjalanan, usia, tahun pendidikan wisatawan mempengaruhi frekuensi kunjungan ke objek wisata Danau di Kabupaten Dompu.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan.
2.	Dini Andriani dan Surjadi (2015)	Valuasi Ekonomi Wisata Budaya: Studi Atas Museum Majapahit di Kawasan Situs Trowulan,	TCM	a.) Nilai ekonomi dengan menggunakan metode biaya perjalanan melalui model estimasi ordinary least square (OLS) adalah Rp. 92.045.361,- per tahun dan melalui estimasi poisson	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian

Mojokerto

regression (PR) adalah Rp.

174.943.226,- per tahun.

Maka, diperoleh rata-rata

nilai ekonomi wisata budaya

Museum Majapahit dari

kedua estimasi tersebut yaitu

Rp. 133.494.293,48,- per

tahun

- b.) Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Museum Majapahit berdasarkan estimasi OLS dan PR adalah biaya perjalanan (TC), jarak/zona (ZONE), dan adanya lokasi substitusi tempat wisata budaya di tempat lain (SUBS).
- c.) Berdasarkan analisis yang telah dilakukan harga tiket yang berlaku saat ini (Rp.5.000,-) dinilai masih terlalu tinggi oleh pengunjung. Terlihat WTP pengunjung jika berdasarkan

				rata-rata dari estimasi OLS dan PR hanya sebesar Rp. 2.967,60,-		
3.	Torres, O., Perez, R., Diaz, P., Manual, J., Pina, F (2018)	<i>Economic Valuation of Cultural Heritage: Application of Travel Method to the National Museum and Research Centre of Altamira</i>	TCM	Nilai ekonomi dari museum dan pusat penelitian Altamira berkisar antara 4.75 sampai dengan 8.00 juta euro per tahun.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan
4.	Boyd Blackwell (2007)	<i>The Value Of A Recreational Beach Visit:An Application To Mooloolaba Beach And Comparisons With Other Outdoor Recreation Site</i>	TCM	Hasil perhitungan nilai ekonomi dai rekreasi <i>Mooloolaba Beach</i> adalah \$ 863 juta.Ini adalah nilai dari taman dihasilkan setiap tahun untuk ekonomi.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan

5.	Salma dan Indah (2004)	Analisis permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu	TCM	a.) Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen yang diperoleh sebesar Rp. 896.734,90 per individu per tahun atau Rp 224.198,70 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung total nilai ekonomi wisata alam Curug Sewu sebesar Rp 12.377.025.750,00 b.) Hanya dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel <i>travel cost</i> ke Curug Sewu dan variabel jarak, sedangkan variabel-variabel independen yang lain tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan obyek wisata alam Curug Sewu Kendal.	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan TCM	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan
6.	Zulpikar, F., Alexander T.,	<i>Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island</i>	TCM	Nilai ekonomi dari wisata bahari Pulau Marine adalah Rp. 68.505.101.600 dengan surplus konsumen sebesar Rp. 397.592 per	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan	Lokasi penelitian, variabel yang digunakan, menganalisis

El-Kiyat. (2018)	<i>Using Travel Cost Method</i>	perjalanan individu. Kegiatan pariwisata memiliki dampak positif pada kondisi ekonomi masyarakat setempat. Hasil penelitian ini telah memberikan informasi yang berguna untuk pengelolaan sumber daya kelautan yang berkelanjutan.	TCM.	strategi yang akan dilakukan.
---------------------	-------------------------------------	--	------	-------------------------------

Telaah Literatur

Studi sebelumnya yang berkaitan dengan penilaian ekonomi terhadap objek wisata budaya adalah penelitian dengan judul “Valuasi Ekonomi Wisata Budaya: Studi Atas Museum Majapahit di Kawasan Situs Trowulan, Mojokerto” yang dilakukan oleh Dini Andriani dan Surjadi (2015).

Metode regresi *Ordinary Least Square (OLS)* dan *Poisson Regression (PR)* digunakan dalam penelitian ini, sedangkan nilai ekonomi objek wisata budaya Museum Majapahit diduga menggunakan metode *travel cost* (biaya perjalanan) wisata. Pendekatan TCM yang digunakan adalah *Individual Travel Cost Method (ITCM)* karena hasil yang dihasilkan melalui pendekatan ITCM lebih akurat dari pada metode zonasi yang didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistika.

Untuk dapat menghasilkan model permintaan dilakukan regresi antara frekuensi kunjungan individu dengan sembilan variabel-variabel bebas (X1-X9) yaitu biaya perjalanan, lama waktu yang dihabiskan di objek wisata, tempat tinggal asal pengunjung, usia pengunjung, tingkat pendidikan, pendapatan, objek wisata lain, daya tarik objek wisata dan tingkat kepuasan pengunjung. Dari hasil regresi diperoleh bahwasanya dari kesembilan variabel yang diuji ternyata variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan adalah biaya perjalanan, tempat tinggal asal

dan adanya substitusi objek wisata lain baik dengan OLS dan PR menghasilkan hasil yang sama.

Hasil perhitungan nilai ekonomi menunjukkan bahwa nilai ekonomi wisata budaya Museum Majapahit potensi nilai sebesar Rp. 92.045.361,- (pada OLS) dan Rp. 174.943.226,- (pada PR) apabila WTP pengunjung yaitu Rp. 2,046,18,- (pada OLS) dan Rp. 3.889,01,- (pada PR).

Penelitian kedua yang digunakan sebagai literatur dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Safitri, 2017) tentang *“Economic Valuation of Lakey Beach Green Tourism, Dompu Regency: Travel Cost Method”* Dalam penelitian ini, 100 responden diwawancarai untuk memperoleh data primer. Tujuan dari penelitian merupakan untuk mengetahui nilai ekonomi dan untuk menguji apakah biaya perjalanan, pendapatan individu, waktu tempuh, usia, dan pendidikan berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke objek wisata Pantai Lakey. Perhitungan nilai ekonomi dilakukan dengan pendekatan metode biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Lakey di Kabupaten Dompu.

Alat analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai ekonomi objek wisata Pantai Lakey di Kabupaten Dompu adalah sebesar Rp. 190.192.740.117,18. Biaya perjalanan, pendapatan rata-rata per bulan, waktu tempuh, umur,

tingkat pendidikan wisatawan mempengaruhi frekuensi berkunjung ke objek wisata Lakey di Kabupaten Dompu.

Penelitian yang ketiga digunakan adalah penelitian yang dilakukan oleh (Ortega & Alfhirni, 2017) dengan judul penelitian “*Economic Valuation of Cultural Heritage: Application of Travel Method to the National Museum and Research Centre of Altamira*”. Penelitian ini juga menggunakan metode *travel cost* (biaya perjalanan), akan tetapi dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan dalam TCM yaitu *Individual Travel Cost Method* (ITCM) dan *Zonal Travel Cost Method* (ZTCM). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya perjalanan, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, situasi tenaga kerja, dan pendapatan. Hasil perhitungan nilai ekonomi dari *National Museum and Research Centre of Altamira* adalah antara 4,75 dan 8,00 juta € per tahun.

Penelitian keempat yang digunakan adalah penelitian yang dilakukan oleh Boyd Blackwell (2007) dengan judul penelitian “*The Value Of A Recreational Beach Visit: An Application To Mooloolaba Beach And Comparisons With Other Outdoor Recreation Site*”. Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan (*travel cost*), biaya perjalanan, pendapatan, jumlah ukuran keluarga, karakteristik tempat wisata lain, waktu luang sebagai variabel independen.

Perhitungan valuasi ekonomi dari wisata *Mooloolaba Beach* dengan hasil \$ 863 juta. Hal ini merupakan nilai dari taman yang dihasilkan setiap tahun. Bagaimanapun \$ 863 juta tersebut tidak pendapatan Pantai Mooloolaba. Nilai tersebut dibagi ke dalam surplus konsumen pengunjung dan total perjalanan ongkos pengunjung.

Penelitian yang kelima adalah penelitian yang dilaksanakan oleh (Salma & Indah, 2004) dengan penelitian yang berjudul “Analisis permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu”. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai ekonomi dari Curug Sewu Resort Kabupaten Kendal dengan Metode Individual Travel Cost Method (ITCM). Analisis regresi yang dipilih dalam penelitian ini dengan spesifikasi jumlah kunjungan sebagai variabel terikat serta enam variabel sebagai variabel bebas.

Variabel besar biaya perjalanan ke Curug Sewu terdiri dari biaya transportasi, biaya konsumsi, tiket, biaya parkir, dokumentasi, dan biaya lainnya, biaya perjalanan ke tempat lain (Rp), variabel usia (tahun), variabel pendidikan (tahun), variabel pendapatan (Rp), dan variabel jarak (Km). Nilai ekonomi Curug Sewu diperkirakan dari surplus konsumen pengunjung yang mencapai Rp896.734,9 per individu dalam setahun atau Rp224,1 98,7 per kunjungan individu, dan nilai ekonomi total (TEV) Curug Sewu sebesar Rp12.377.025.750,- (surplus konsumen setiap kunjungan individu dikalikan dengan jumlah pengunjung pada tahun 2003). Manfaat Curug Sewu adalah Rp224.198,7,- untuk setiap kunjungan

individu. Jumlah ini masih lebih tinggi dari rata-rata pengeluaran pengunjung (Rp87.652,-).

Penelitian keenam yang digunakan adalah penelitian yang dilakukan oleh Zulpikar, Alexander dan El-Kiyat (2018) dengan judul penelitian "*Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method*". Metode Biaya Perjalanan Individu (ITCM) dipilih untuk menganalisis tingkat surplus dari permintaan pariwisata. Sampel yang diambil adalah tiga dari musim kunjungan berbeda pada hari kerja, akhir minggu serta pada hari libur nasional. Penelitian yang dilakukan memberikan hasil bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat Permintaan Wisatawan terhadap Pulau Untung Jawa adalah biaya perjalanan, pendapatan, dan jarak ke lokasi. Potensi nilai ekonomi wisata bahari Pulau Untung Jawa sebesar Rp 68.505.101.600 dengan konsumen surplus Rp 397.592 per perjalanan individu. Nilai ini lebih tinggi dari rata-rata pengunjung sebenarnya pengeluaran yang mencapai Rp 296.860 per perjalanan individu. Kegiatan pariwisata berdampak positif bagi kondisi ekonomi masyarakat setempat. Hasil penelitian ini telah memberikan informasi yang bermanfaat untuk pengelolaan sumber daya laut yang berkelanjutan.

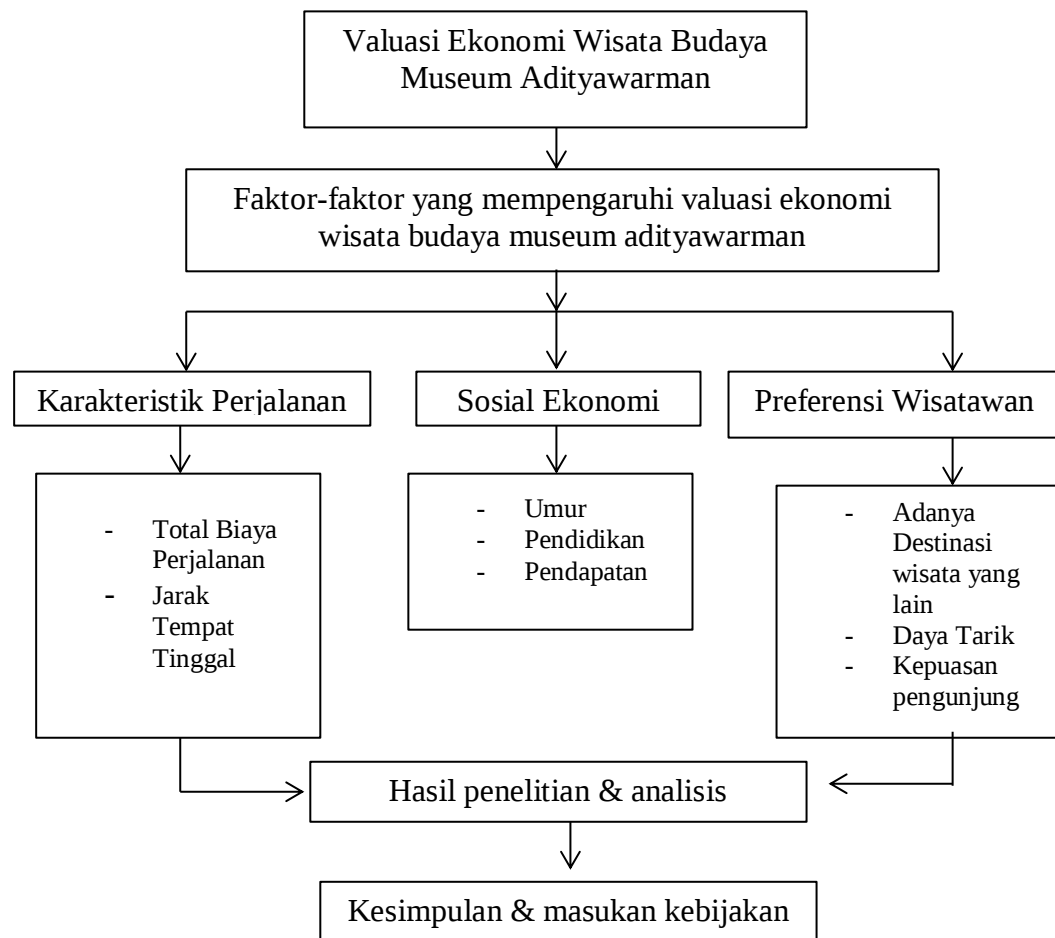
I. Kerangka Pemikiran

Kawasan Museum Adityawarman adalah salah satu kawasan objek wisata budaya yang ada di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode biaya perjalanan

(*Travel Cost Method*), dimana peneliti menghubungkan beberapa faktor yang terdiri dari biaya perjalanan, waktu yang dihabiskan pada saat melakukan kunjungan, tempat tinggal asal pengunjung, usia pengunjung, tingkat pendidikan, pendapatan, adanya objek wisata lain, daya tarik objek wisata budaya, dan tingkat kepuasan pengunjung.

Cara yang digunakan dalam menghitung nilai manfaat ekonomi Objek Wisata Kawasan Museum Aditywarman dengan tingkat ketersediaan pengunjung dalam berkunjung ke Objek Wisata Budaya Museum Aditywarman ini. Semakin jauh tempat tinggal seseorang dari Museum Aditywarman maka biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk mengunjungi Objek Wisata Budaya Museum Aditywarman juga semakin tinggi. Serta lengkap atau tidaknya fasilitas tergantung pada tujuan pengunjung ke Objek Wisata Budaya Museum Aditywarman.

Berikut ini skema kerangka pemikiran dalam mengetahui potensi wisata di Objek Wisata Budaya Museum Adityawarman.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Valuasi Ekonomi Wisata Budaya Museum Adityawarman

J. Hipotesis

Untuk melakukan analisis variabel-variabel yang berpengaruh terhadap jumlah pengunjung ke Museum Adityawarman variabel- variabel yang akan dianalisis perlu ditentukan terlebih dahulu. Dipilihnya variabel bebas tersebut berdasarkan teori serta penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, ataupun asumsi yang dibentuk merujuk pada jawaban atas pertanyaan yang disampaikan dalam kuesioner. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H_{10} : Jumlah kunjungan wisata ke Museum Adityawarman tidak dipengaruhi oleh biaya perjalanan.

H_{11} : Jumlah kunjungan wisata ke Museum Adityawarman dipengaruhi oleh biaya perjalanan.

H_{20} : Jumlah kunjungan wisata tidak dipengaruhi oleh lama waktu yang dihabiskan di Museum Adityawarman.

H_{21} : Jumlah kunjungan wisata dipengaruhi oleh lama waktu yang dihabiskan di Museum Adityawarman.

H_{30} : Jumlah kunjungan wisata tidak dipengaruhi oleh tempat tinggal asal/zona pengunjung.

H_{31} : Jumlah kunjungan wisata dipengaruhi oleh tempat tinggal asal/zona pengunjung.

H_{40} : Jumlah kunjungan wisata tidak dipengaruhi oleh umur pengunjung

H_{41} : Jumlah kunjungan wisata dipengaruhi oleh umur pengunjung

H_{50} : Jumlah kunjungan wisata tidak dipengaruhi tingkat pendidikan pengunjung.

H₅₁ : Jumlah kunjungan wisata dipengaruhi oleh tingkat pendidikan pengunjung.

H₆₀ : Jumlah kunjungan wisata tidak dipengaruhi pendapatan pengunjung.

H₆₁ : Jumlah kunjungan wisata dipengaruhi pendapatan pengunjung.

H₇₀ : Jumlah kunjungan wisata tidak dipengaruhi oleh lokasi substitusi.

H₇₁ : Jumlah kunjungan wisata dipengaruhi oleh lokasi substitusi.

H₈₀ : Jumlah kunjungan wisatawan tidak dipengaruhi oleh persepsi wisatawan.

H₈₁ : Jumlah kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh persepsi wisatawan.

H₉₀ : Jumlah kunjungan tidak dipengaruhi tingkat kepuasan wisatawan.

H₉₁ : Jumlah kunjungan dipengaruhi tingkat kepuasan wisatawan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada Bab IV, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Karakteristik responden menunjukkan sebagian besar jenis kelamin responden adalah perempuan, dari tingkat pendidikan responden sebagian besar lulusan dari SMA/SMK/MAN, status perkawinan dari responden sebagian besar adalah belum menikah, serta penghasilan per bulan dari responden berkisar antara sebesar kurang dari Rp. 1.000.000,-. Mayoritas responden yang berkunjung adalah mahasiswa, serta yang berkunjung sebagian besar adalah pengunjung yang berdomisili di Kota Padang.
2. Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa biaya perjalanan (TC), umur (AGE), pendidikan (EDU), adanya destinasi wisata lain dan daya tarik berpengaruh signifikan pada tingkat signifikansi 5% terhadap tingkat frekuensi kunjungan wisatawan ke Museum Adityawarman.
3. Besarnya kesediaan membayar pengunjung atau *Willingness to Pay* (WTP) Museum Adityawarman dari estimasi OLS adalah sebesar Rp. 8.162,80 dan pada estimasi regresi poisson sebesar Rp. 14.141,19 yang mana hal tersebut menunjukkan keinginan membayar responden jauh

lebih besar dari pada harga tiket Museum Adityawarman yang ditetapkan pada saat ini.

4. Nilai ekonomi Museum Adityawarman yang diperoleh menggunakan metode biaya perjalanan, dari estimasi menggunakan OLS diperoleh nilai ekonomi Museum Adityawarman sebesar Rp. 143.591.814,80 per tahun dan dari estimasi dengan regresi poisson diperoleh nilai ekonomi sebesar Rp. 196.174.744,05 per tahun.

B. SARAN

1. Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan Museum Adityawarman, jika dilihat dari karakteristik sosial dan ekonomi pengunjung yang kebanyakan pengunjung terdiri dari mahasiswa dan pendapatan pengunjung sebagian besar berkisar antara Rp. 826.000,00 – Rp. 1.351.000,00 maka sebaiknya diperlukan pemberian informasi yang lebih rinci dan perbaikan dalam kemudahan proses pengaksesan mengenai informasi –informasi yang ada di Museum Adityawarman. Kebijakan penetapan tarif juga perlu diperhatikan melihat rata-rata pendapatan pengunjung tergolong dalam pendapatan menengah ke bawah.
2. Dari hasil analisis regresi dengan estimasi OLS dan poisson dapat diberikan saran bahwa kunjungan ke Museum Adityawarman dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti biaya perjalanan (TC), umur (AGE), pendidikan (EDU), adanya destinasi wisata lain dan daya tarik. Faktor-faktor yang telah diteliti di atas dapat dijadikan sebagai referensi bagi pengelola wisata untuk melakukan kebijakan yang dapat dilakukan untuk

meningkatkan jumlah permintaan kunjungan wisata budaya Museum Adityawarman. Faktor-faktor yang selain disebutkan di atas dimungkinkan juga mempunyai pengaruh misalnya jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, jumlah waktu luang, jumlah jam kerja dan sebagainya sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan dikemudian hari dengan melihat pula kelemahan-kelemahan yang ada dalam penelitian ini.

3. Berdasarkan nilai WTP yang diperoleh, pihak pengelola Museum Adityawarman dapat melakukan peningkatan terhadap harga tiket masuk Museum Adityawarman. Karena harga tiket masuk yang diterapkan saat ini dinilai cukup rendah sehingga untuk beberapa tahun kedepan Museum Adityawarman dapat melakukan kebijakan menaikkan harga tiket sesuai dengan batasan yang sudah diukur.
4. Berdasarkan perhitungan nilai ekonomi yang dihasilkan Museum Adityawarman menggunakan estimasi OLS dan poisson diperoleh nilai ekonomi yang cukup besar atas Museum Adityawarman, sehingga diharapkan pemerintah atau pihak pengelola dapat mengeluarkan kebijakan dalam peningkatan kualitas pengelolaan serta pemeliharaan kawasan wisata budaya Museum Adityawarman. Agar fungsi dari Museum Adityawarman dapat terjaga dan bahkan ditingkatkan dengan baik dalam hal kualitas maupun kuantitas sehingga dapat memberikan manfaat sebagaimana harusnya terhadap masyarakat pada saat ini maupun yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H., Trisutomo, S., & Ali, M. (2014). *Karakteristik Pengunjung di Ruang Publik Kota Mara*.
- Andriani, D. (2015). *Valuasi Ekonomi Wisata Budaya: Studi Atas Museum Majapahit Di Kawasan Situs Trowulan, Mojokerto*. Universitas Indonesia.
- Aqma, H. (2018). Keynes Consumption Theory: A Reevaluation According to the Islamic Perspective. *Journal Committee on Publication Ethics*.
- Ariwidjaja, R. (2013). *Pengembangan Daya Tarik Museum*. Amara Books.
- Bedate, A., Herrero, L. C., & Sanz, J. A. (2003). *Economic Valuation of the Cultural Heritage: Application to Four Case Studies in Spain*.
- Dave O'Brien. (2010). *Measuring the Value of Culture: a Report to the Department for Culture and Media Sport*.
- Dirgantari, P. A. (2008). *Analisis Permintaan Obyek Wisata Air Panas Guci, Kabupaten Tegal dengan Pendekatan Travel Cost*. Universitas Diponegoro.
- Djijono. (2002). *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wisata Wan Abdul Rahman, Propinsi Lampung*. Institut Pertanian Bogor.
- Drukker, D. . (2003). Testing for serial correlation in linear panel-data models. *Stata Journal*, 168–177.