

**ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA ALAM AIR PANAS
SEMURUP KABUPATEN KERINCI PENDEKATAN
TRAVEL COST METHOD**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Padang*



**YOUBIL FERNANDO
07/84972**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

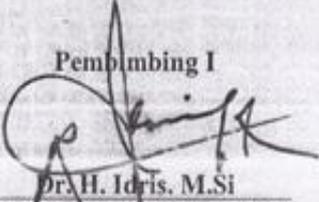
ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA ALAM AIR PANAS SEMURUP
KABUPATEN KERINCI DENGAN PENDEKATAN *TRAVEL COST METHOD*

Nama : Youbil Fernando
BP/NIM : 2007/84972
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

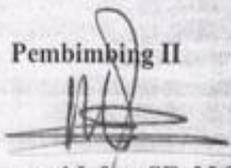
Padang, Maret 2013

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

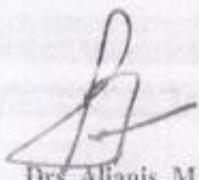

Dr. H. Idris, M.Si
NIP.19610703198503 1 005

Pembimbing II


Muhamad Irfan, SE, M.Si
NIP. 19770409/200312 1 002

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan


Drs. Alianis, M.S
NIP. 19591129 1986021001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

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

**ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA ALAM AIR PANAS SEMURUP
KABUPATEN KERINCI DENGAN PENDEKATAN *TRAVEL COST METHOD***

Nama : Youbil Fernando
BP/NIM : 2007/84972
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Maret 2013

Tim penguji

Ketua : Dr. H. Idris. M.Si
Sekretaris : Muhamad Irfan, SE, M.Si
Anggota : 1. Dewi Zaini Putri SE, MM
2. Drs. Alianis, M.S

Tanda Tangan



The image shows three handwritten signatures, each placed above a horizontal line. The top signature is the most prominent and appears to be 'Dr. H. Idris'. Below it is a smaller signature, likely 'Muhamad Irfan'. The bottom signature is also smaller and less legible, likely belonging to one of the members of the exam committee.

ABSTRAK

Youbil Fernando, 2007-84972. Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci dengan Pendekatan *Travel Cost Method*. dengan dosen Pembimbing I Bapak Dr. H. Idris, M.Si. dan Pembimbing II Bapak Muhamad Irfan, SE, M.Si.

Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Pengaruh biaya perjalanan (*travel cost*) terhadap jumlah kunjungan wisata, (2) Pengaruh penghasilan individu (pendapatan) perbulan terhadap jumlah kunjungan wisata, (3) Pengaruh umur pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata, dan (4) Pengaruh pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan wisata objek wisata alam Air Panas Semurup di Kabupaten Kerinci.

Jenis penelitian ini adalah *ex post facto* yaitu mempelajari data lapangan yang diduga mempengaruhi dan sekaligus sebagai karakteristik permintaan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata objek wisata alam Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci. Selanjutnya dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan *Accidental Sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang responden. Jenis data adalah skunder dan primer, teknik pengumpulan data disini adalah dengan mengumpulkan data dari BPS dan dari data responden penelitian yang dikumpulkan melalui angket /kuisisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif, yang terdiri atas Regresi Berganda (*Multi Regressien*), Uji t, Uji F dengan $\alpha = 0.05$.

Hasil penelitian ini secara parsial : (1) Pengaruh biaya perjalanan (*travel cost*) terhadap jumlah kunjungan wisata (Sig 0,000 < $\alpha = 0,05$) dengan tingkat pengaruh sebesar -0,314. (2) Pengaruh penghasilan individu (pendapatan) perbulan terhadap jumlah kunjungan wisata (Sig 0,034 < $\alpha = 0,05$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,172. (3) Pengaruh umur pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata (Sig 0,100 > $\alpha = 0,05$) dengan tingkat pengaruh sebesar -0,326. (4) Pengaruh pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan wisata (Sig 0,000 < $\alpha = 0,05$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0.353.

Disarankan supaya biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung bisa ditekan dengan memperbaiki jalan-jalan yang rusak. Diperlukan juga pengembangan daya tarik wisata agar pengunjung bersedia untuk datang kembali dan diperlukan pengambilan kebijakan tarif yang harus disesuaikan dengan pengenaan ragam produk wisata.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	11
1. Pariwisata : Definisi dan Jenis.....	11
a. Definisi Pariwisata.....	11
b. Jenis-jenis Pariwisata.....	13
c. Pengertian Ekowisata.....	14
2. Permintaan Pariwisata.....	16
a. Definisi.....	16
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata.....	17
c. Valuasi Ekonomi.....	21
d. Pendekatan Non Kurva Permintaan.....	24
3. Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method).....	27
a. Travel Cost Method.....	26

b. Keunggulan Travel Cost Method.....	31
c. Kekurangan Travel Cost Method.....	32
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Konseptual.....	39
D. Hipotesis.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
C. Variabel Penelitian	40
D. Populasi dan Sampel.....	41
E. Jenis dan Sumber Data	42
F. Defenisi Operasional.....	43
G. Teknik Pengumpulan Data.....	44
H. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Analisis Induktif.....	47

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian.....	56
1. Gambaran umum Kabupaten Kerinci.....	56
2. Karakteristik Responden.....	57
3. Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
4. Uji Prasyarat Analisis (Asumsi Klasik).....	68
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
B. Pembahasan	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88

Daftar Pustaka.....	90
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Penduduk Dan Pendapatan Perkapita Kabupaten Kerinci Tahun 2006-2011.....	4
2. Tipologi Nilai Ekonomi Total (TEV).....	23
3. Penelitian Terdahulu.....	34
4. Tingkat Signifikansi dan Nilai- Nilai Kritis Kulmogrov-Smirnov.....	49
5. Distribusi Frekuensi Usia Pengunjung.....	58
6. Distribusi Pekerjaan Responden Pengunjung Objek Wisata Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci.....	59
7. Identitas responden Menurut Jenis Kelamin.....	60
8. Identitas Responden Menurut Status Marital.....	61
9. Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	61
10. Distribusi Frekuensi Kunjungan Terhadap Objek Wisata Air Panas Semurup.....	63
11. Distribusi Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Air Panas Semurup.....	64
12. Distribusi Pendapatan Inxdividu Pengunjung Objek Wisata Air Panas Semurup.....	66
13. Distribusi Umur Pengunjung Objek Wisata Air Panas Semurup.....	67
14. Distribusi Pengalaman Berkunjung Sebelumnya ke Objek Wisata Air Panas Semurup.....	68
15. Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
16. Hasil Uji Normalitas.....	70
17. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	71
18. Nilai Dugaan Koefisien elastisitas Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	38
2. Surplus Konsumen.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Instrument Penenelitian.....	93
2. Tabulasi Data Penelitian.....	98
3. Keterangan Tabulasi.....	101
4. Regresi	105
5. Frequencies.....	114
6. Lampiran Perhitungan Surplus Konsumen.....	116

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta salawat beriringan salam tidak lupa penulis ucapkan kepada arwah junjungan kita nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari zaman yang penuh dengan kebodohan ke zaman ilmu yang penuh pengetahuan, sehingga penulis dapat menuntut ilmu dan dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini penulis beri judul “ Ananlis Permintaan Objek Wisata Alam Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci dengan Pendekatan *Travel Cost Method*”. Penulisan skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen Pembimbing I yaitu Bapak Dr. H. Idris, M.Si dan Bapak Muhammad Irfan SE, M.Si. sebagai pembimbing II saya yang telah bersedia menuntun dan memberikan masukan-masukan kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

Seiring dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Prof Dr Yunia Wardi. M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang. Beserta Staff dan Karyawan yang telah memberikan kemudahan dalam administrasinya.
2. Bapak Drs Ali Anis, M.S selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Ibuk Novya Zulva Riani SE,M.Si Selaku Sekretaris Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam proses administrasinya

3. Bapak dan Ibu penguji (1) Bapak Dr. H. Idris, M.Si. (2) Bapak Muhammad Irfan, SE, M.Si (3) Ibu Dewi Zaini Putri, SE, MM. (4) Bapak Drs. Ali Anis, M.S yang telah bersedia memberikan masukan dan menguji dalam menyempurnakan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen (Staf Pengajar) dan pegawai tata usaha serta staf ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama studi dan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kedua orang tua Penulis atas do'a dan dukungannya baik moril maupun materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman senasib dan seperjuangan, serta rekan-rekan Ekonomi Pembangunan angkatan 07 yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang nantinya berguna untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta masukan bagi penulisan selanjutnya. Amin.

Padang , Maret 2013

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan keadaan iklim tropis yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan modal dasar dalam pembangunan. Dengan keberagaman kekayaan sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia, seperti potensi alam, flora, fauna, keindahan alam serta bentuknya yang berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan, dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari daya tarik ini mendorong pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan sektor penting di Indonesia. Pada tahun 2008 kepariwisataan Indonesia berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp. 153,25 triliun atau 3,09% dari total PDB Indonesia (BPS, 2010). Pada tahun 2009, kontribusinya meningkat menjadi 3,25%. Pertumbuhan PDB pariwisata pun sejak tahun 2001 selalu menunjukkan angka pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan PDB nasional. Walaupun masih menunjukkan angka sementara, pada tahun 2009 pertumbuhan PDB pariwisata mencapai 8,18%, sedangkan PDB nasional hanya 4,37%. Pada tahun yang sama, devisa dari pariwisata merupakan kontributor terbesar ketiga devisa negara, setelah minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit.

Dengan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia memungkinkan

Indonesia memiliki potensi dalam mengembangkan konsep wisata alam dan budaya di setiap daerah-daerah. Dengan begitu, objek wisata alam tidak tercemar dan budaya daerah bisa lebih dilestarikan dan diperkenalkan pada wisatawan yang berkunjung. Dalam pengembangan ini maka nantinya akan muncul konsep ekowisata dimana bisa meningkatkan kesadaran akan lingkungan di masyarakat, publik yang semakin cerdas, dalam hal selera dan dambaan mereka akan pengalaman wisata di luar rumah, yaitu yang berbasis alam. Masyarakat yang semakin pandai ini juga memperlihatkan penghargaan kepekaan yang meningkat terhadap bentang alam dan biofisik dan budaya.

Disamping itu, pengembangan sektor pariwisata seperti pariwisata alternatif, ekowisata, diharapkan juga untuk sekaligus menumbuhkan proses-proses pembelajaran program konservasi bagi pemeliharaan dan pelestarian kawasan hijau Indonesia guna menjaga keharmonisan ekosistem bagi kelangsungan hidup manusia.

Ekowisata merupakan salah satu bentuk alternatif, yang mencakup perjalanan ke daerah alami yang masih belum tercemar dengan tujuan khusus hendak mempelajari, mengagumi, dan menikmati pemandangan alam serta flora, fauna, dan hidupan lainnya. Ekowisata dikembangkan berdasar prinsip hendak melestarikan lingkungan alam dan budaya serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang menjadi tuan rumahnya.

Banyak provinsi di Indonesia yang memiliki potensi-potensi wisata yang sangat bagus tetapi belum optimal dikelola oleh pemerintah daerah setempat, seperti potensi wisata yang ada di Provinsi Jambi. Provinsi jambi

adalah salah satu provinsi di Indonesia yang kurang diperhatikan dalam masalah sektor pariwisata. Ini dilihat dari jumlah kunjungan ke Propinsi Jambi menurut BPS Propinsi jambi tahun 2010 berjumlah 616.064 orang, terdiri dari wisatawan Mancanegara 5.664 orang jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia berjumlah 7.002.944 orang ditahun yang sama. Serta wisatawan Nusantara 610.400 orang apabila dibandingkan dengan wisatawan nusantara secara keseluruhan di Indonesia berjumlah 122.312.000 orang ditahun 2010.

Ketidakmemadainya infrastruktur serta produk wisata yang relatif homogen menjadikan salah satu kelemahan Jambi sebagai daerah tujuan wisata. Atraksi-atraksi wisata yang disuguhkan kurang menarik, karena nilai otentitas, originalitas, dan keunikannya tidak begitu menonjol. Masing-masing daerah menawarkan produk wisata yang relatif sama, atraksi buatan yang disuguhkan relatif tidak unik. Oleh karena itulah, kinerja pariwisata ini sangat beralasan untuk dibenahi, karena pengalaman yang tidak nyaman akan meninggalkan kesan buruk terhadap pariwisata.

Kabupaten Kerinci merupakan daerah pariwisata yang sangat potensial di provinsi Jambi. Dengan sumber daya alamnya yang melimpah, air yang jernih, udara yang sejuk, tanahnya yang subur, serta keanekaragaman budaya yang dimiliki dengan berbagai macam objek wisata alami yang dapat dikunjungi, seharusnya bisa menjadikan daerah kabupaten kerinci menjadi daerah tujuan utama wisatawan untuk menikmati keindahan alam yang dimilikinya dan bisa memberikan dampak lebih terhadap perekonomian di

Kabupaten Kerinci.

Berikut perkembangan jumlah penduduk dan jumlah pendapatan perkapita Kabupaten Kerinci periode 2006 hingga 2011 yang ditunjukkan pada Tabel 1.

.Tabel 1. Jumlah Penduduk Dan Pendapatan Perkapita Kabupaten Kerinci Tahun 2006-2011

No.	Tahun	Jumlah Penduduk	Pendp. Perkapita
1	2006	311.354	3.458.879,06
2	2007	310.093	3.619.029,62
3	2008	311.093	3.808.567,89
4	2009	312.214	4.131.448,90
5	2010	229.387	4.388.148,86
6	2011	230.476	4.406.103,08

Sumber data : *BPS Kabupaten Kerinci, Jambi*

Dari data diatas menunjukkan jumlah penduduk Kabupaten yang mengalami penurunan dan kenaikan yang ditiap tahunnya. Pada tahun 2007 jumlah penduduk menurun dari 311.354 jiwa pada tahun 2006 dan menjadi 310.093 jiwa dan pada tahun 2008 kembali naik menjadi 311.093 jiwa.

Pada tahun 2010 terjadi pemekaran daerah Kota Sungai Penuh yang memisahkan diri dari Kabupaten Kerinci sehingga jumlah penduduk Kabupaten Kerinci mengalami penurunan yang cukup signifikan terhadap tahun sebelumnya menjadi 229.387 jiwa.

Objek wisata unggulan Kerinci diantaranya Air Panas Semurup, Perkebunan Teh Kayu Aro, Air Terjun Telun Berasap, Danau Kerinci, dan Gunung Kerinci. Bahkan Kayu Aro akan dibangun lapangan golf oleh investor luar daerah untuk menarik wisatawan mancanegara. Dari beberapa objek wisata tersebut Wisata Air Panas Semurup yang terletak disekitar \pm 11 Km

dari pusat Kota Sungai Penuh termasuk banyak diminati oleh pengunjung bila dibandingkan tempat wisata yang lain yang ada di Kabupaten Kerinci. Ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan asing pada tahun 2010 mengalami peningkatan 6% sebanyak 2.629 wisatawan asing yang berkunjung pada tahun 2010 dan 2.820 wisatawan asing pada tahun 2011. Sedangkan jumlah wisatawan lokal yang masuk ke Kabupaten Kerinci juga terjadi peningkatan 5% dari tahun 2010 berjumlah 298.017 orang dan 330.191 orang pada tahun 2011 (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Kerinci, 2011).

Air Panas Semurup mempunyai keunikan dan keistimewaan, air panas yang keluar dari perut bumi merupakan hasil kegiatan vulkanik, dengan luas permukaan $\pm 15 \text{ m}^2$ membentuk sebuah kolam kecil yang selalu mengepulkan asap. Jika wisatawan berkunjung ke obyek wisata Air Panas Semurup ini, wisatawan dapat melakukan beberapa kegiatan diantaranya, merebus telur atau pisang dengan air panas yang mendidih dengan cara memasukkan telur atau pisang tersebut ke dalam jaring dan dicelupkan ke dalam air yang mendidih tersebut.

Disamping itu, ada juga fasilitas kamar mandi yang digunakan untuk berendam, guna penyembuhan beberapa penyakit, seperti penyakit kulit dan rematik (*healt tourism*). Tidak jauh dari obyek utama terdapat pula sumber air panas yang unik yang juga ramai dikunjungi oleh wisatawan.

Jika di lihat dari harga tiket masuk yang dibayar oleh pengunjung pada hari biasa sebesar Rp. 3000 untuk dewasa dan sebesar Rp. 2000 untuk anak-anak sedangkan pada hari libur sebesar Rp 5000 untuk dewasa dan Rp 4000

untuk anak-anak, diduga tidak sebanding dengan biaya pengelolaan dan pengembangan kawasan wisata Air Panas Semurup tersebut. Oleh sebab itu perlu dihitung nilai ekonomi obyek wisata Air Panas Semurup dengan menghitung biaya perjalanan meliputi (biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya tiket masuk, biaya parkir dan biaya lain-lain) untuk dapat menikmati jasa wisata tersebut.

Tempat rekreasi tidak memiliki nilai pasar yang pasti, maka penilaian tempat rekreasi dilakukan dengan pendekatan biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi (Yakkin, 1997 dalam Sahlan, 2008).

Menurut Hufschmidt et al, (1987 : 307) konsep teori pendekatan biaya perjalanan menilai manfaat yang diperoleh konsumen dalam memanfaatkan barang lingkungan walaupun tempat rekreasi tidak memungut bayaran masuk atau tarif pemanfaatan. Konsumen datang dari berbagai daerah untuk menghabiskan waktu di tempat rekreasi tentu akan mengeluarkan biaya perjalanan ke tempat rekreasi tersebut. Disini pendekatan biaya perjalanan mulai berfungsi. Karena makin jauh tempat tinggal seseorang yang datang memanfaatkan fasilitas tempat rekreasi maka makin kurang harapan pemanfaatan atau permintaan tempat rekreasi tersebut.

Asumsi mendasar yang digunakan pada pendekatan *Travel Cost*

Method adalah bahwa utilitas dari setiap konsumen terhadap aktivitas, misalnya rekreasi, bersifat dapat dipisahkan (*separable*). Oleh karena itu, fungsi permintaan kegiatan rekreasi tersebut tidak dipengaruhi oleh permintaan kegiatan lainnya seperti menonton, berbelanja, dan lain-lain. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) ini dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan untuk mencapai tempat rekreasi untuk mengestimasi besarnya nilai benefit dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi yang dikunjungi.

Dalam perkembangan dunia pariwisata sekarang ini, jenis pariwisata di Indonesia yang sedang digemari adalah pariwisata yang berbasis lingkungan (alam) dan pariwisata yang berbasis sejarah. Akan tetapi pengelolaan dan pengembangannya di Indonesia masih sangat kurang memperoleh perhatian.

Obyek wisata Air Panas Semurup, Kabupaten Kerinci memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat melalui keindahan objek wisata alamnya. Namun potensi yang tersebut masih kurang didukung oleh kemudahan akses untuk mencapai lokasi wisata tersebut, di mana jumlah dan frekuensi keberangkatan transportasi umum menuju obyek wisata Air Panas Semurup adalah rendah dan cukup jauh dari pusat kota Sungai Penuh. jumlah pendapatan dan waktu kerja juga menentukan pilihan seseorang untuk memiliki kesempatan untuk mengunjungi objek wisata Air Panas Semurup, begitu juga jarak, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya juga menjadi pertimbangan seseorang untuk mengunjungi objek wisata Air Panas Semurup, Kabupaten Kerinci.

B. Perumusan Masalah

Dalam perkembangan dunia pariwisata sekarang ini, jenis pariwisata di Indonesia yang sedang digemari adalah pariwisata yang berbasis lingkungan (alam) dan pariwisata yang berbasis sejarah. Akan tetapi pengelolaan dan pengembangannya di Indonesia masih sangat kurang memperoleh perhatian.

Obyek wisata Air Panas Semurup, Kabupaten Kerinci memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat melalui keindahan objek wisata alamnya. Namun potensi yang tersebut masih kurang didukung oleh kemudahan akses untuk mencapai lokasi wisata tersebut, di mana jumlah dan frekuensi keberangkatan transportasi umum menuju obyek wisata Air Panas Semurup adalah rendah dan cukup jauh dari pusat kota Sungai Penuh. jumlah pendapatan dan waktu kerja juga menentukan pilihan seseorang untuk memiliki kesempatan untuk mengunjungi objek wisata Air Panas Semurup, begitu juga jarak, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya juga menjadi pertimbangan seseorang untuk mengunjungi objek wisata Air Panas Semurup, Kabupaten Kerinci.

Atas dasar permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah biaya perjalanan ke objek Air Panas Semurup, pendapatan individu, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Air Panas Semurup, Kabupaten Kerinci?

2. Seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Air Panas Semurup, pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah permintaan objek Air Panas Semurup?
3. Berapa nilai ekonomi yang diperoleh Objek Wisata Air Panas Semurup dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*)?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Air Panas Semurup, pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Air Panas Semurup, Kabupaten Kerinci.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Air Panas Semurup, pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Air Panas Semurup.
3. Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Objek Wisata Air Panas Semurup dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*).

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk :

1. Penulis sendiri dalam menambah pengetahuan dan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi Pemerintah, terutama dalam mengevaluasi kebijakan pada masa yang akan datang yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi khususnya dari sektor pariwisata.
3. Pengembangan ilmu pengetahuan terutama pendapatan daerah.
4. Bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam masalah sejenis

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Pariwisata : Definisi dan Jenis

a. Definisi Pariwisata

Spillane (1987:20) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan melakukan perjalanan dalam tujuan mencari kepuasan, mencari sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Berarti pariwisata jelas bukan hanya untuk melakukan perjalanan tertentu saja, tetap juga bisa diterapkan sebagai perbaikan kesehatan ataupun yang bersifat religi, sehingga fungsi dari pariwisata ini bermacam-macam dan memiliki beberapa jenis pariwisata.

Pariwisata merupakan industri yang sangat kompleks. Hal ini karena dalam industri pariwisata terdapat industri-industri yang lain, seperti industri cendera mata, industri biro perjalanan, dan industri jasa lainnya. Menurut Yoeti (1997), pariwisata sebagai industri tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan erat dengan sektor-sektor ekonomi, sosial dan budaya yang hidup dalam masyarakat.

Sebagai industri yang kompleks, industri pariwisata berbeda dengan industri-industri lain. Menurut Spillane (1987: 87-88) ada beberapa sifat yang khusus mengenai industri pariwisata yaitu:

1. Produk wisata tidak dapat dipindahkan. Orang tidak dapat membawa produk wisata pada langganan, tetapi langganan itu sendiri harus

mengunjungi, mengalami dan datang untuk menikmati produk wisata itu.

2. Dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama. Tanpa langganan yang sedang mempergunakan jasa-jasa itu tidak akan terjadi produksi.
3. Sebagai suatu jasa, maka pariwisata memiliki berbagai ragam bentuk. Oleh karena itu, dalam bidang pariwisata tidak ada standar ukuran yang objektif, sebagaimana produk lain yang nyata misalnya ada panjang, lebar, isi, kapasitas, dan sebagainya seperti pada sebuah mobil.
4. Langganan tidak dapat mencicipi produk itu sebelumnya bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya. Yang dapat dilihat hanya brosur-brosur, gambar-gambar.
5. Dari segi usaha, produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko besar. Industri wisata memerlukan penanaman modal yang besar, sedang permintaan sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat atau kesenangan wisatawan dan sebagainya. Perubahan-perubahan tersebut dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal usaha kepariwisataan karena bisa mengakibatkan kemunduran usaha yang deras, sedangkan sifat produksi itu relatif lambat untuk menyesuaikan keadaan pasar.

b. Jenis-jenis Pariwisata

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata, menurut Spillane (1987:29-31) yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik pelanggan untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, mengendorkan ketegangan syaraf, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan dan sebagainya.

2. 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 kelelahan.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.

4. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik untuk hanya menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktekkannya sendiri.

5. 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.

6. 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 pariwisata konvensi.

c. Pengertian Ekowisata

Ekowisata adalah bentuk perjalanan wisata ke areal alami yang dilakukan untuk konservasi lingkungan dan melestarikan, mensejahterakan penduduk setempat (The Ecotourism Society, 2001). Ekowisata adalah jenis pariwisata alternatif dimana selain kita bisa menikmati suatu pemandangan alam, kita juga dapat belajar untuk menjaga kelestarian alam tersebut. Eplerwood (1999) dalam Fandeli (2000) menyatakan bahwa Ekowisata adalah bentuk baru dari perjalanan yang bertanggung jawab ke area alami dan berpetualang yang dapat menciptakan industri pariwisata.

Selain berwisata alam, kita juga diberikan tanggung jawab atas objek wisata alam yang kita nikmati, sehingga objek wisata alam tersebut masih bisa dinikmati orang lain dimasa yang akan datang tanpa ada kerusakan alam oleh akibat manusia. Lascurain, C. (2004) juga mendefinisikan :

“ekowisata sebagai suatu perjalanan dan kunjungan yang bertanggung jawab dari segi lingkungan ke alam yang relatif tidak terganggu, dalam rangka menikmati dan menghargai alam (dan budaya setempat yang berlaku saat ini maupun peninggalan masa lalu), yang mendukung konservasi, dengan dampak negatif pengunjung yang rendah, dan memberikan manfaat bagi penduduk setempat melalui keterlibatan aktif mereka secara sosial ekonomi”.

Sekartjakraini dan Legoh (2004) menjelaskan batasan ekowisata nasional sebagai berikut, ekowisata adalah suatu konsep pengembangan dan penyelenggaraan kegiatan pariwisata berbasis pemanfaatan lingkungan untuk perlindungan, serta berintikan partisipasi aktif masyarakat, dan dengan penyajian produk bermuatan pendidikan dan pembelajaran, berdampak negatif minimal, memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi daerah, dan diberlakukan bagi kawasan lindung, kawasan terbuka, kawasan alam binaan, serta kawasan budaya. Berarti, ekowisata selain kita dapat menikmati objek wisata alam dan menjaga kelestarian lingkungan, tetap kita juga telah ikut serta memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi suatu daerah.

2. Permintaan Pariwisata

a. Definisi

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja (Mathieson dan Wall dalam Mulyana, 2009).

Menurut Cooper (dalam Mulyana, 2009) terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain:

- 1) Permintaan aktual atau efektif
- 2) *Suppressed demand* (permintaan yang ditunda)
- 3) Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, maka permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau diidentifikasi secara jelas. Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisa, karena belum terealisasi transaksinya.

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya bagi wisatawan. Dalam ilmu ekonomi kebutuhan-kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti udara segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal itu tidak berlaku dalam industri pariwisata, justru barang-barang yang

termasuk *free goods* ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan (Yoeti, 2008:119)

Fasilitas dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda-beda pula. Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata diperlukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang daerah tujuan wisata, hotel tempat untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa.

Yoeti (2008:123) mengemukakan Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata menurut Medlik, 1980 (dalam Ariyanto, 2005), antara lain:

1) Harga

Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata maka akan memberikan imbas / timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian / calon wisata, sehingga permintaan wisata pun akan berkurang begitu pula sebaliknya.

2) Pendapatan

Apabila pendapatan suatu negara tinggi maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi mereka membuat sebuah usaha pada daerah tujuan wisata (DTW) jika dianggap menguntungkan. Hal ini juga berlaku bagi individu. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

3) Sosial budaya

Dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau dengan kata lain berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.

4) Sosial politik (sospol)

Dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan daerah tujuan wisata (DTW) dalam situasi aman dan tentram, tetapi apabila hal tersebut berseberangan dengan kenyataan, maka Sospol akan sangat terasa pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.

5) Intensitas keluarga

Banyak / sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

6) Harga barang substitusi

Harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, dimana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti daerah tujuan wisata (DTW) yang dijadikan cadangan dalam berwisata seperti: Bali sebagai tujuan wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal Bali tidak dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat daerah tujuan wisata (DTW) sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya ke daerah terdekat seperti Malaysia (Kuala Lumpur dan Singapura).

7) Harga barang komplementer

Merupakan sebuah barang yang saling membantu atau dengan kata lain barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi, dimana

apabila dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai obyek wisata yang saling melengkapi dengan Obyek Wisata lainnya.

Dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang menentukan wisatawan untuk membeli atau mengunjungi objek wisata, ada lima faktor yang menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi objek wisata yaitu (Medlik, 1980 dalam Ariyanto, 2005) :

- 1) Lokasi
- 2) Fasilitas
- 3) Citra / *image*
- 4) Harga / tarif
- 5) Pelayanan

Sedangkan menurut Jacson, 1989 (dalam Pitana, 2005) melihat bahwa faktor penting yang menentukan permintaan pariwisata berasal dari komponen daerah asal wisatawan, antara lain :

- 1) Jumlah penduduk (*population size*)
- 2) Kemampuan finansial masyarakat (*financial means*)
- 3) Waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*)
- 4) Sistem transportasi
- 5) Sistem pemasaran pariwisata yang ada.

Dari penjelasan-penjelasan diatas, telah diterangkan beberapa faktor yang telah mempengaruhi jumlah permintaan pariwisata seperti biaya perjalanan, pendapatan, waktu, jarak, dan sebagainya.

c. Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam (SDA) dan lingkungan baik atas nilai pasar (*Market Value*) maupun nilai non pasar (*Non Market Value*).

Valuasi ekonomi penggunaan sumber daya alam hingga saat ini telah berkembang pesat. Di dalam konteks ilmu ekonomi sumber daya dan lingkungan, perhitungan-perhitungan tentang biaya lingkungan sudah cukup banyak berkembang. Menurut Hufschmidt dalam Djijono (2000), secara garis besar metode penilaian manfaat ekonomi (biaya lingkungan) suatu sumber daya alam dan lingkungan pada dasarnya dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei.

1. Pendekatan Orientasi Pasar

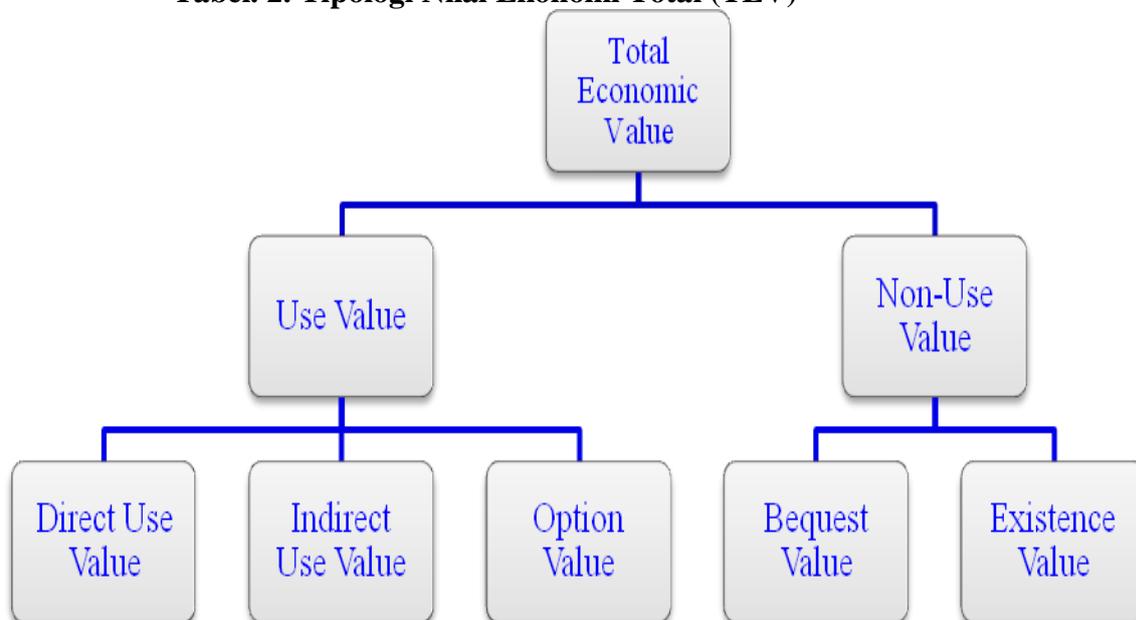
- a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang jasa :
 - i. Perubahan dalam nilai hasil produksi (*change in productivity*)
 - ii. Metode kehilangan penghasilan (*loss or earning method*)
- b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:
 - i. Pengeluaran pencegahan (*averted defensive expenditure methods*)
 - ii. Biaya penggantian (*replacement cost methods*)
 - iii. Proyek bayangan (*shadow project methods*)
 - iv. Analisa keefektifan biaya

- c. Penggunaan metode pasar pengganti (*surrogate market based methods*):
 - i. Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - ii. Pendekatan nilai kepemilikan
 - iii. Pendekatan lain terhadap nilai tanah
 - iv. Biaya perjalanan (*travel cost*)
 - v. Pendekatan perbedaan upah (*wage differential methods*)
 - vi. Penerimaan kompensasi

2. Pendekatan Orientasi Survei

- a. Pernyataan langsung terhadap kemauan membayar (*willingness to pay*)
- b. Pernyataan langsung terhadap kemauan dibayar (*willingness to accept*)

Salah satu cara untuk menghitung nilai ekonomi adalah dengan menghitung Nilai Ekonomi Total (NET) atau *Total Economic Value* (TEV). Nilai ekonomi total adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sumber daya alam baik nilai guna maupun nilai fungsionalnya.

Tabel. 2. Tipologi Nilai Ekonomi Total (TEV)

Total Economic Value (TEV) pada dasarnya sama dengan net benefit yang diperoleh dari sumber daya alam, namun di dalam konsep ini nilai yang dikonsumsi oleh seorang individu dapat dikategorikan ke dalam dua komponen utama yaitu *use value* dan *non-use value* (Susilowati, 2004).

Komponen utama, 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 ke dalam *direct use value*, *indirect value* dan *option value*. *Direct use value* merujuk pada kegunaan langsung dari konsumsi sumber daya seperti penangkapan ikan atau pertanian. *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*).). 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.

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 dari pada pemanfaatan langsung.

Secara detail kategori *non-use value* ini dibagi ke dalam *sub-class* yaitu *Bequest value* dan *existence value*. *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 *Existence value* pada dasarnya adalah penilaian yang diberikan dengan terpeliharanya sumber daya alam dan lingkungan.

d. Pendekatan Non Kurva Permintaan (*Non Demand Curve Approach*)

1. *Contingent valuation method* (CVM)

Merupakan metode valuasi sumberdaya alam dengan cara menanyakan kepada konsumen tentang nilai manfaat sumberdaya alam

yang mereka rasakan. Teknik CVM ini dilakukan dengan survey melalui wawancara langsung dengan responden yang memanfaatkan sumberdaya alam. Cara ini diharapkan dapat menentukan preferensi responden terhadap barang sumberdaya alam dengan mengemukakan kesanggupan untuk membayar (*Willingness to pay*) yang dinyatakan dalam bentuk nilai uang.

Guna memperoleh hasil yang maksimal dan tepat sasaran, maka dalam penggunaan metode ini diperlukan desain kuesioner yang umumnya digunakan yakni metode pertanyaan langsung, (*direct question methode*), metode penawaran bertingkat (*bidding game methode*), metode kartu pembayaran (*payment card methode*) dan metode setuju atau tidak setuju (*take it or leave it methode*).

1. Metode pertanyaan langsung

Metode ini digunakan dengan cara memberikan pertanyaan langsung berapa harga yang sanggup dibayar oleh responden untuk dapat memanfaatkan atau mengkonsumsi sumberdaya yang ditawarkan.

2. Metode Penawaran Bertingkat

Metode ini merupakan penyempurnaan dari pertanyaan langsung. Caranya adalah bahwa semua harga tertentu telah ditetapkan oleh pewawancara kemudian ditanyakan kepada responden apakah harga tersebut layak. Jika responden menjawab ya dengan harga yang ditawarkan, maka harga dinaikkan terus hingga responden menjawab tidak. Angka terakhir yang dicapai tersebut merupakan

nilai WTP yang tertinggi. Hal yang sebaliknya bisa saja terjadi yaitu jika responden menjawab tidak untuk harga pertama yang ditawarkan. Jika demikian yang terjadi maka harga diturunkan terus hingga responden menjawab ya. Angka terakhir dianggap sebagai nilai WTP terendah. Harga WTP ini dianggap sebagai harga/nilai sumberdaya yang ditawarkan.

3. Metode Kartu Pembayaran

Metode ini digunakan dengan bantuan sebuah kartu berisi daftar harga yang dimulai dari nol (0) sampai pada suatu harga tertentu yang relative tinggi. kemudian kepada responden ditanyakan harga maksimum sanggup untuk membayar suatu produk SDA.

4. Metode Setuju Atau Tidak Setuju

Dari sisi responden metode ini sangat mudah karena responden ditawari sebuah harga, kemudian ditanya setuju atau tidak dengan harga tersebut.

2. Pendekatan Nilai Properti (*Property value Methode*)

Teknik penilaian lingkungan berdasarkan perbedaan harga sewa lahan atau harga sewa rumah. Dengan asumsi perbedaan ini disebabkan oleh perbedaan kualitas lingkungan maka selisih harga keduanya merupakan harga kualitas lingkungan itu sendiri. Disebut Pendekatan hedonic (*hedonic approach*) . Metode ini berdasarkan kesanggupan membayar (WTP) lahan atau komoditas lingkungan sebagai cara untuk

menduga secara tidak langsung bentuk kurva permintaannya sehingga nilai perubahan sumberdaya dapat ditentukan.

3. Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

a. Travel Cost Method

Penilaian dengan metode biaya perjalanan (*travel cost*) merupakan penggunaan pasar pengganti untuk menganalisis permintaan terhadap daerah rekreasi. Metode ini akan mengkaji jumlah uang yang akan dibayar dan waktu yang digunakan untuk mencapai tempat rekreasi. Jumlah uang tersebut mencakup biaya transportasi, akomodasi, konsumsi, dokumentasi, tiket masuk dan lain-lain yang relevan. Biaya perjalanan (*travel cost*) direpresentasi sebagai nilai atau harga barang lingkungan tersebut, namun selain biaya perjalanan nilai suatu tempat wisata juga menggunakan variabel, biaya perjalanan ke lokasi alternatif, pendapatan rumah tangga, dan variabel tingkah laku (Yakkin, 1997 : 221, dalam Sahlan, 2008).

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut (Suparmoko, 2000 : 117). Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang

tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan.

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut akan menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan efektifnya yang disertai dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000 : 117).

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali

dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta 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 tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000 : 117).

Untuk menilai ekonomi dengan pendekatan biaya perjalanan ada dua teknik yang dapat digunakan yaitu:

- 1) Pendekatan sederhana melalui zonasi
- 2) Pendekatan individual

Melalui metode biaya perjalanan dengan pendekatan zonasi, pengunjung dibagi dalam beberapa zona kunjungan berdasarkan tempat tinggal atau asal pengunjung, dan jumlah kunjungan tiap minggu dalam penduduk di setiap zona dibagi dengan jumlah pengunjung pertahun untuk memperoleh data jumlah kunjungan per seribu penduduk dan penelitiannya dengan menggunakan data sekunder. Sedangkan metode biaya perjalanan dengan pendekatan individual, metode biaya perjalanan dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui survey.

Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i) \dots\dots\dots(2.2)$$

Dimana:

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

C_{ij} : biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi lokasi j

T_{ij} : biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu i untuk mengunjungi lokasi j

Q_{ij} : persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

S_{ij} : karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain

F_{ij} : faktor fasilitas-fasilitas di daerah j

M_i : pendapatan dari individu i

(Fauzi, 2004 : 21)

Penelitian ini menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) untuk menghitung atau mengestimasi nilai ekonomi wisata Air Panas Semurup. Pada dasarnya semua metode dapat digunakan untuk menghitung nilai ekonomi suatu kawasan. Seseorang yang melakukan kegiatan wisata atau rekreasi pasti melakukan mobilitas atau perjalanan dari rumah menuju obyek wisata, dan dalam melaksanakan kegiatan tersebut pelaku memerlukan biaya-biaya untuk mencapai tujuan rekreasi, sehingga biaya perjalanan (*travel cost*) dapat memberikan korelasi positif dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata yang sudah berjalan dan berkembang.

b. Keunggulan *Travel Cost Method*

- 1) Metode biaya perjalanan erat meniru teknik empiris yang lebih konvensional yang digunakan oleh ekonom untuk memperkirakan nilai ekonomi berdasarkan harga pasar.
- 2) Metode ini didasarkan pada perilaku yang sebenarnya, apa orang benar-benar lakukan, bukan menyatakan kesediaan untuk membayar, apa yang orang katakan akan mereka lakukan dalam situasi hipotetis.
- 3) Metode ini relatif murah untuk diterapkan.
- 4) Di lapangan, survei memberikan kesempatan untuk ukuran sampel yang besar, sebagai pengunjung cenderung tertarik untuk berpartisipasi.
- 5) Hasil yang relatif mudah untuk menafsirkan dan menjelaskan.

c. Kekurangan *Travel Cost Method*

- 1) Metode biaya perjalanan yang mengasumsikan bahwa manusia merasakan dan merespon perubahan dalam perjalanan biaya dengan cara yang sama bahwa mereka akan menanggapi perubahan harga tiket masuk.
- 2) Model yang paling sederhana mengasumsikan bahwa individu melakukan perjalanan untuk satu tujuan, untuk mengunjungi situs rekreasi tertentu. Jadi, jika perjalanan memiliki lebih dari satu tujuan, nilai situs dapat berlebihan. Ini bisa sulit untuk membagi biaya perjalanan di antara berbagai tujuan.

3) Mendefinisikan dan mengukur biaya kesempatan dari waktu, atau nilai waktu yang dihabiskan bepergian, bisa menimbulkan masalah. Karena waktu yang dihabiskan bepergian bisa digunakan dengan cara lain, ia memiliki "biaya kesempatan." Ini harus ditambahkan dengan biaya perjalanan, atau nilai dari situs akan dianggap remeh. Namun, tidak ada konsensus yang kuat pada tingkat pengukuran upah yang sesuai seseorang, atau pecahan beberapa tingkat upah dan nilai yang dipilih dapat memiliki efek besar pada perkiraan manfaat. Selain itu, jika orang menikmati perjalanan itu sendiri, maka waktu perjalanan menjadi manfaat, bukanlah biaya, dan nilai dari situs akan berlebihan.

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa Penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian sekarang yaitu oleh Diana Igunawati (2010) dengan Judul Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cababan, Kabupaten Tegal dengan menggunakan pendekatan "Travel Cost Method"; Rani Aprilian (2009) dengan judul Analisis Permintaan dan Surplus Konsumen Taman Wisata Situ Gunung dengan Metode Biaya Perjalan; dan terakhir Sahlan (2008) dengan judul Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Travel Cost. Selain penelitian diatas, terdapat juga beberapa jurnal yang memiliki kemiripan dengan penelitian sekarang, yaitu oleh Irma Alfia Salma dan Indah Susilowati (2004) dengan judul Analisis Permintaan Objek Wisata

Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Travel Cost Method dan Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Kalianda Resort, Kabupaten Lampung Selatan (2006) oleh Moch. Prihatna Sobari, Gatot Yulianto, dan Desi Nurita.

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Diana Igunawati (2010)	Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cababan, Kabupaten Tegal dengan menggunakan pendekatan "Travel Cost Method"	Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah Kunjungan Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban • Biaya Perjalanan ke Objek wisata lain (Guci) • Penghasilan individu • Jarak • Waktu kerja • Umur • Pengalaman berkunjung sebelumnya 	analisis regresi linier berganda dengan menggunakan OLS dan Surplus Value	Dari penelitian menunjukkan tiga variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Tirta Waduk Cacaban yaitu biaya perjalanan menuju ke Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp 154.271,25 per tahun Kemampuan membayar pengunjung atas objek wisata Tirta Waduk Cacaban adalah Rp 77.135,63 per individu per satu kali kunjungan masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata yaitu Rp 35.358,97.
Rani Aprilian (2009)	Analisis Permintaan dan Surplus Konsumen Taman Wisata Situ Gunung dengan Metode Biaya Perjalan.	Dependen: Jumlah kunjungan Wisata Situ Gunung Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Perjalanan • Lama Mengetahui TWA Situ Gunung • Umur • Jenis Kelamin Pengunjung • Waktu Tempuh • Daya Tarik 	Metode Biaya Perjalanan dengan alat pengolah data <i>Stata</i> 9	Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai surplus konsumen per kunjungan per individu sebesar Rp 46.847,00. Nilai manfaat ekonomi merupakan agregat atau penjumlahan <i>Willingness To Pay</i> sehingga dapat diperoleh dengan mengalikan nilai surplus konsumen yang telah didapat sebelumnya dengan total kunjungan

Sahlan (2008)	Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading dengan Pendekatan Biaya Perjalanan	Wisata Dependen: Jumlah kunjungan Independen: • Biaya perjalanan • Biaya Waktu • Umur (th) • Pendidikan (tingkat pendidikan terakhir) • Persepsi responden • Karakteristik substitusi • Fasilitas- fasilitas Pendapatan individu	Regresi Linier Berganda	periode Mei 2008-April 2009, saat penelitian berlangsung. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh nilai manfaat ekonomi lokasi sebesar Rp 1.340.709.910. Nilai ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading yakni nilai surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 491.686.957,7 per 1.000 penduduk. Dari hasil uji signifikansi hanya dua variabel yang signifikan yaitu variabel pendapatan individu, dan variabel karakteristik substitusi. Sedangkan variabel lainnya tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel jumlah kunjungan ke objek wisata Otak Kokok Gading.
Irma Alfia Salma dan Indah Susilowati (2004)	Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost	Wisata Dependen: Jumlah kunjungan Wisata Alam Curug Sewu Independen: • <i>Travel cost</i> • Biaya perjalanan objek wisata lain • Umur pengunjung • Pendidikan • Penghasilan	Regresi Linier Berganda	Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen yang dipeoleh sebesar Rp 896.734,9 per individu per tahun atau Rp.224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung total nilai ekonomi wisata alam Curug Sewu sebesar

Moch. Prihatna Sobari, Gatot Yulianto, dan Desi Nurita (2006)	Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Kalianda Resort, Kabupaten Lampung Selatan	rata-rata sebulan • Jarak • Biaya Perjalanan • Pendapatan Daerah • Peningkatan Pendapatan • Lapangan Kerja Baru	Analisis SWOT	12.377.025.750,00 dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua yang signifikan secara statistik yaitu travel cost ke Curug Sewu dan jarak, Analisis SWOT menghasilkan tiga alternatif strategi yang menjadi prioritas utama yaitu <i>Pertama</i> , menambah fasilitas sarana dan prasarana penunjang, <i>Kedua</i> , mengantisipasi persaingan antar obyek wisata dengan meningkatkan kualitas, <i>Ketiga</i> , memperbaiki citra obyek wisata untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan di saat situasi di Indonesia mulai stabil.
---	--	--	---------------	---

Berdasarkan penelitian terdahulu, banyak peneliti menggunakan *travel cost method* sebagai pendekatan didalam penelitian sehingga peneliti juga menggunakan *travel cost method* sebagai metode penelitian dan yang membedakan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah tempat, waktu, dan objek yang diteliti berbeda dari sebelumnya.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual atau kerangka berfikir adalah sebuah konsep untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menunjukkan persepsi keterkaitan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang akan diteliti berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis tentang permintaan objek wisata alam Air Panas Semurup di Kabupaten Kerinci.

Adapun variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah biaya perjalanan ke objek wisata Air Panas Semurup (X_1), penghasilan individu (X_2) umur (X_3), serta pengalaman berkunjung sebelumnya (X_4) sebagai variabel bebas dan permintaan terhadap objek wisata Air Panas Semurup (Y) sebagai variabel terikat.

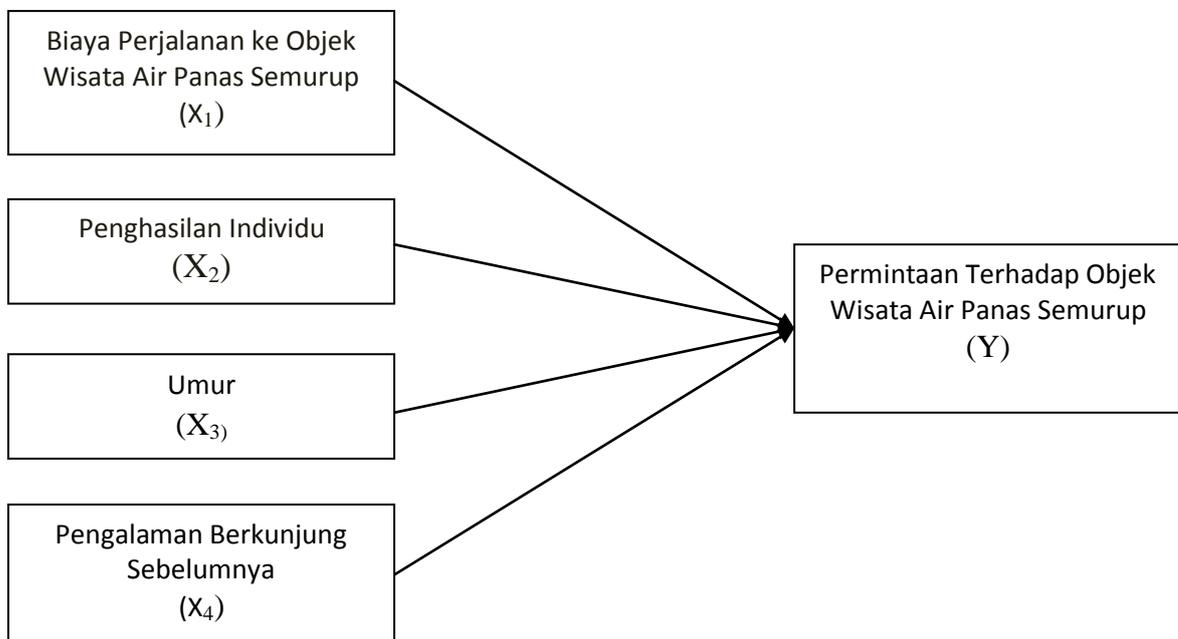
Biaya Perjalanan ke objek wisata Air Panas Semurup (X_1) memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan objek wisata Air Panas semurup (Y), apabila biaya perjalanan semakin kecil maka permintaan atas objek wisata Air Panas Semurup semakin besar, begitu juga apabila biaya perjalanan semakin besar maka permintaan objek wisata Air Panas Semurup juga akan semakin kecil.

Penghasilan individu (X_2) berpengaruh positif terhadap permintaan objek wisata Air Panas Semurup (Y). Karena semakin besar pendapatan seseorang maka semakin tinggi permintaan atas objek wisata Air Panas Semurup, dan sebaliknya apabila pendapatan semakin kecil maka semakin rendah permintaan objek wisata Air Panas Semurup. Sedangkan umur (X_3)

memiliki pengaruh positif terhadap permintaan objek wisata Air Panas Semurup, karena semakin dewasa umur seseorang maka kesempatan seseorang untuk permintaan objek wisata Air Panas Semurup semakin besar, dan begitu pula sebaliknya.

Untuk pengalaman berkunjung sebelumnya (X_4) memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan objek wisata Air Panas Semurup, karena apabila seseorang telah berkunjung ke objek wisata Air Panas Semurup maka permintaan objek wisata Air Panas Semurup juga semakin kecil dan sebaliknya, apabila seseorang belum pernah melakukan perjalanan berkunjung ke objek wisata Air Panas Semurup maka permintaan seseorang untuk objek Air Panas Semurup juga semakin besar.

Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada kerangka konseptual berikut ini.



D. Hipotesis

Berdasarkan uraian dan perumusan masalah di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke Objek Wisata Air Panas Semurup terhadap jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara penghasilan individu (uang saku) perbulan terhadap jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

3. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara umur pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup.

$$H_0 : \beta_5 = 0$$

$$H_a : \beta_5 \neq 0$$

4. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup.

$$H_0 : \beta_6 = 0$$

$$H_a : \beta_6 \neq 0$$

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengemukakan beberapa simpulan antara lain:

1. Biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke Objek Wisata Air Panas Semurup berpengaruh signifikan negatif terhadap jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup. Semakin tinggi biaya perjalanan (*Travel Cost*) yang dikeluarkan oleh pengunjung tentunya akan mengurangi jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup
2. Penghasilan individu (uang saku) perbulan berpengaruh signifikan positif terhadap jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup. Semakin tinggi penghasilan individu (uang saku) perbulan masyarakat tentunya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup
3. Umur pengunjung tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup. Tua mudanya umur seseorang tidak mempengaruhi jumlah kunjungan mereka ke ke Objek Wisata Air Panas Semurup.
4. Pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan positif terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Air Panas Semurup. Semakin baik pengalaman berkunjung pengunjung sebelumnya tentunya

akan meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Air Panas Semurup. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa pengalaman berkunjung sebelumnya memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan objek wisata Air Panas Semurup, karena apabila seseorang telah berkunjung ke objek wisata Air Panas Semurup maka permintaan objek wisata Air Panas Semurup juga semakin kecil dan sebaliknya, apabila seseorang belum pernah melakukan perjalanan berkunjung ke objek wisata Air Panas Semurup maka permintaan seseorang untuk objek wisata Air Panas Semurup juga semakin besar

B. Saran

Dari simpulan di atas dapat penulis kemukakan beberapa saran yang patut diperhatikan oleh berbagai pihak yang terkait, antara lain:

1. Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan ke objek wisata Air Panas Semurup dapat dilakukan dengan cara menekan biaya perjalanan yang harus dikeluarkan oleh pengunjung, yakni dengan kebijakan pemerintah terutama di bidang pekerjaan umum untuk memperbaiki jalan-jalan yang rusak agar dapat dilalui oleh banyak kendaraan.
2. Diperlukan pengembangan dan penganekaragaman daya tarik wisata (seperti pengadaan arena untuk outbond yang belum ada di objek wisata tersebut) oleh para investor ataupun Dinas Kepariwisata Kabupaten Kerinci agar pengunjung yang telah berkunjung bersedia untuk datang kembali ke objek wisata alam Air Panas Semurup.

3. Diperlukan pengambilan kebijakan harga atau tarif oleh pihak pengelola objek wisata seperti kenaikan tiket masuk sebaiknya diimbangi dengan penganekaragaman produk wisata seperti penyediaan tempat arena bermain yang modern, pembenahan infrastruktur, pementasan seni/budaya serta penggalian dan pemanfaatan kembali keunikan yang terdapat di Air Panas Semurup.
4. Hasil penelitian dapat memberikan masukan kepada pemerintah daerah, terutama dalam mengevaluasi kebijaksanaan pada masa yang akan datang yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi khususnya dari sektor pariwisata

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, Luki, et al. 2004. *Pengenalan Konsep dan Metodologi Valuasi Ekonomi Sumberdaya Pesisir dan Laut*. Bogor: Pusat Kajian Pesisir dan Lautan IPB.
- Akhirmen. 2005. *Pengantar Statistik*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Anonym. 2012. <http://www.reindo.co.id/edisi19/lossdistribution.htm>. Diakses pada tanggal 12 April 2012.
- Aprilian, Rani. 2009. *anlisis Permintaan dan Surplus Konsumen Taman Wisata Situ Gunung dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi Institut Pertanian Bogor.
- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [Ariyanto, 2005. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : Pada](http://www.geocities.com/ariyanto_eks79/home.htm)
http://www.geocities.com/ariyanto_eks79/home.htm. Diakses pada tanggal 12 April 2012.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. 2010. *Jambi Dalam Angka 2010*. Jambi : BPS.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci. 2010. *Kerinci Dalam Angka 2010*. Kerinci: BPS
- Fandeli, Chafid. 2000. *Pengertian dan Konsep Dasar Ekowisata*. Fakultas Kehutanan Univ. Gadjah Mada Yogyakarta.
- Fauzi, Akhmad. 2004. *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fennel, D.A. 2000. *Ecotourism : An Introducion*. Cetakan Pertama. Routledge. London.
- Guilford, J.P.1987. *Psychometric Methods*. Second edition. Tokyo: Kogakusha Company Ltd.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga: Jakarta. Terjemahan. Sumarno Zain.
- Hufscmidt, M.M., et al. 1987. *Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan*. Terjemahan. UGM Press.